



ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ №5

КАНАЛЫ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ КОМПАНИИ ЯНДЕКС

Выполнили студенты группы 050503

Бедюк
Станислав

Липский
Григорий



ЯНДЕКС. СТРАТЕГИЯ СБЫТА

Стратегия сбыта компании “Яндекс” в основном ориентирована на предоставление широкого спектра онлайн-услуг и продуктов в России и других странах СНГ, постоянно адаптируя свои подходы к рынку в ответ на изменяющиеся условия и требования потребителей.

Ключевые направления стратегии сбыта Яндекса:

- Поисковые услуги (поисковой сервис, карты и т.п.);**
- Рекламные сервисы (контекстная, медийная реклама) — один из ключевых источников дохода компании;**
- Технологические решения (облачные сервисы, искусственный интеллект, автономные транспортные средства) — эти продукты предоставляются как B2B, так и B2C решения;**
- Электронная коммерция (онлайн-торговля и доставка товаров);**
- Медицинские и образовательные сервисы.**

ЯНДЕКС. КАНАЛЫ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ

Компания “Яндекс” использует различные каналы распределения для предоставления своих продуктов и услуг активно взаимодействуя с пользователями через разнообразные онлайн-платформы и технологические решения.

Ключевыми можно обозначить следующие каналы:

- Интернет-поиск — пользователи могут получать доступ к услугам Яндекса через поисковую платформу, используя веб-браузеры на компьютерах или мобильные устройства;**
- Мобильные приложения — Яндекс предоставляет различные приложения для операционных систем Android и iOS (для поиска, карт, почты, такси, новостей и другие);**
- Электронная коммерция — Яндекс может использовать онлайн-платформы для продажи товаров и услуг, таких как Яндекс.Маркет.**
- Облачные и технологические услуги — Яндекс предоставляет облачные сервисы и технологические решения для корпоративных клиентов.**

ЯНДЕКС. ПОСРЕДНИКИ КАНАЛОВ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ

Яндекс сотрудничает с различными партнерами и посредниками в рамках своих каналов распределения. Посредники — разнообразные компании и организации, сотрудничество с которыми помогает Яндексу расширять свою аудиторию, предоставлять дополнительные услуги и улучшать общую эффективность распределения продуктов и услуг.

- Яндекс сотрудничает с **рекламными агентствами** для продвижения рекламных кампаний своих клиентов.
- В сфере онлайн-платежей и финансовых услуг Яндекс сотрудничает с **банками и финансовыми учреждениями** в рамках своих сервисов, таких как Яндекс.Деньги.
- Яндекс.Маркет и другие сервисы компании могут сотрудничать с розничными компаниями, онлайн-магазинами и поставщиками для предоставления широкого ассортимента товаров и услуг.
- Яндекс.Маркет сотрудничает с **розничными компаниями** и **поставщиками** для предоставления широкого ассортимента товаров и услуг.



ЯНДЕКС. КАНАЛ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ДЛЯ НОВОГО ПРОДУКТА (НЕЙРО-БРАУЗЕР ЯНДЕКС)

Нейро-браузер может иметь различные каналы распределения:

- Яндекс может заключать **партнерские соглашения** с **производителями устройств** (смартфонов, планшетов), чтобы включить свой нейро-браузер в предустановленные приложения на устройствах;
- Нейро-браузер может быть **интегрирован в операционные системы устройств**, что обеспечит широкий охват пользователей;
- Яндекс может **сотрудничать с интернет-провайдерами** для предоставления браузера пользователям как часть пакета услуг.
- Нейро-браузер может быть доступным для скачивания через онлайн-магазины, такие как Google Play Store или Apple App Store, в зависимости от платформы.