1. **Viettel:** Có cái đại lý tuyến xã, và nhân viên bán hàng hỗ trợ các địa lý bán hàng đến điểm bán lẻ. Phần mềm bán hàng chỉ phục vụ bán hàng, chưa thực hiện chức năng chăm sóc điểm bán.
2. **Vietnam Mobile:** Thông qua các nhà phân phối ngành hàng tiêu dùng phát triển thị trường thẻ cào tại các điểm bán lẻ.
3. **P&G:** Thông qua 8 nhà phân phối lớn trên cả nước.

Cách quản lý thị trường điểm bán (Kênh truyền thống) của nhà phân phối.

Một Phụ trách kinh doanh sẽ giám sát địa bàn 1 đến 2 quận/huyện. Chịu trách nhiệm về doanh số, xây dựng địa bàn, hình ảnh tối thiểu cho điểm bán, quản lý MCP.

Số lượng nhân viên bán hàng từ 8 đến 12 người.

2 nhân viên bán sỉ và 8 đến 10 nhân viên bán lẻ.

Có công ty thứ 3, thực hiện việc chấm điểm hình ảnh trưng bày các điểm bán có hợp đồng trưng bày.

1. **Unilever:** Mỗi tỉnh có nhiều nhà phân phối.

Cách quản lý thị trường điểm bán tương tự P&G.

1. **PepsiCo:** Năm 2004 phối hợp phát triển kênh phân phối với Kinh Đô, nhằm tận dụng lượng khách hàng thông qua MCP hiện có của Kinh Đô.