1. Người sản xuất có thể dùng nguồn sức mạnh nào để chi phối trung gian

Để phân phối trung gian, nhà cung cấp có thể sử dụng:

+ sức mạnh và uy tín thương hiệu của sản phẩm trên thị trường, khả năng cạnh tranh của sản phẩm càng cao càng thu hút nhiều trung gian

+ lợi nhuận các điều khoản phân phối sản phẩm

+ có thể kích thích trung gian bằng các mức lời cao, trợ cấp quảng cáo, hùn hạp làm ăn lâu dài

2) Đối với hình thức chuyển nhượng Franchising, nên chọn đối tác dựa trên tiêu chí nào? khó khăn của người chuyển nhượng là gì?

Để hoạch định một kênh phân phối hiệu quả, trước hết doanh nghiệp cần xác định rõ muốn vươn tới thị trường với mục tiêu nào? Các mục tiêu có thể là mức phục vụ khách hàng và các trung gian phải hoạt động như thế nào?

Do đó đối với hình thức chuyển nhượng Franchising, nên chọn đối tác dựa trên các tiêu chí:

+ trước hết đối tác phải hiểu và phù hợp với mục tiêu phát triển và thị trường mà công ty muốn nhắm vào

+ dựa trên các đặc điểm sản phẩm, đặc điểm của môi trường hoạt động và đặc điểm hoạt động của công ty cung cấp

+ khả năng am hiểu khách hàng, kinh nghiệm và khả năng tiếp cận với thị trường của đối tác

+ khả năng hợp tác, hiệu quả làm việc và uy tín trong kinh doanh

+ có kỹ năng kinh doanh, bán hàng và cung cấp các dịch vụ cho khách hàng

+ có đủ vốn để thực hiện các đầu tư ban đầu cần thiết

+ ngoài ra còn dựa vào địa điểm kinh doanh và khả năng phát triển trong kinh doanh của đối tác

Tuy nhiên khi hợp tác người chuyển nhượng phải đối mặt với các vấn đề khó khăn sau:

+ trước tiên phải khẳng định được vị trí, uy tín về sản phẩm (thương hiệu mạnh) để cho thấy tính khả thi của sản phẩm

+ phải xây dựng mô hình kinh doanh, và mô hình quản lý các tiêu chuẩn chất lượng như thế nào để đảm bảo vẫn giữ vững thương hiệu

+ phải lựa chọn đối tác như thế nào

+ quản lí hiệu quả hoạt động cũng như mục tiêu phát triển sản phẩm có theo như định hướng hay không

+ tính toán chi phí lợi nhuận giữa bên nhượng quyền và nhận nhượng quyền để có thể thuyết phục đối tác về sản phẩm