

Министерство образования Республики Беларусь
Учреждение образования
**БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНФОРМАТИКИ И РАДИОЭЛЕКТРОНИКИ**

Факультет компьютерных систем и сетей
Кафедра электронных вычислительных машин
Дисциплина: Маркетинг программного продукта и услуг

Практическое занятие № 5

АУДИТ КАНАЛОВ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Группа № 150501

Выполнили:

Гиль Н.А.
Кардаш С.П.
Климович А.Н.

Проверил

Смирнов И.В.

Минск 2023

АУДИТ КАНАЛОВ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ КОМПАНИИ ISSOFT

1 СТРАТЕГИЯ СБЫТА

Компания ISsoft имеет **эксклюзивную** стратегию сбыта, поскольку работает с заказчиком напрямую.

Компания ISsoft работает в основном с клиентами, располагающимися в США, а также странах Западной Европы.

- разрабатывает программу по реализации продукта и услуг на рынке Западной Европы, а также США.
- разрабатывает стратегию рекламы компании и план проведения различных популяризирующих мероприятий (хакатоны, экскурсии по офисам, выставки, конференции).
- осуществляет постоянный мониторинг ситуации на рынке в сфере предоставляемых услуг.
- контролирует качество выпускаемого продукта.
- обеспечивает поддержку программного продукта на протяжении его жизненного цикла.

2 КАНАЛЫ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ КОМПАНИИ

Большинство производителей предлагают свои товары рынку через посредников. Каждый из них стремится сформировать собственный канал распределения.

Канал распределения – совокупность фирм или отдельных лиц, которые принимают на себя или помогают передать кому-то другому право собственности на конкретный товар или услугу на их пути от производителя к потребителю.

Каналы, используемые компанией ISsoft:

- ✓ *Персональные менеджеры по продажам.*
- ✓ *Эксклюзивные мероприятия и презентации.*
- ✓ *Партнерские программы.*

3. ТИПЫ ТОРГОВЫХ И НЕТОРГОВЫХ ПОСРЕДНИКОВ, УЧАСТВУЮЩИХ В РАБОТЕ ЭТИХ КАНАЛОВ

Персональные менеджеры по продажам. Прямые представители компании, которые работают напрямую с клиентами. Они выполняют функции торговых агентов, представляя интересы компании и продвигая ее продукты или услуги.

Эксклюзивные мероприятия и презентации. Здесь компания задействует различные виды посредников, включая организаторов мероприятий, PR-агентов и маркетинговые агентства. Они помогают в организации и проведении мероприятий, а также в продвижении продуктов или услуг во время этих мероприятий.

Партнерские программы. В этом случае задействованы аффилированные посредники или партнеры. Они продвигают продукт и услуги компании в обмен на комиссионные или другие формы вознаграждения.

4 СРЕДНЕЕ КОЛИЧЕСТВО УРОВНЕЙ В КАНАЛАХ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ КОМПАНИИ

Среднее количество уровней в каналах распределения IT-компании может составлять от 2 до 4, в зависимости от специфики бизнеса и рынка, на котором она работает.

Компания ISsoft работает на B2B и B2C рынках. Обычно количество уровней в каналах распределения для B2B рынка будет меньше, чем при работе на розничном рынке. В каналах распределения B2B it-компании можно выделить следующие уровни:

1. Производитель (it-компания)
2. Оптовый дистрибьютор или прямые продажи от производителя
3. Корпоративные клиенты или партнеры

Таким образом, среднее количество уровней в каналах распределения B2B it-компании обычно составляет от 2 до 3.

Количество уровней в каналах распределения на B2C рынке обычно больше, так как включает в себя розничные магазины, онлайн-платформы, посредников и других участников. Таким образом, среднее количество уровней в каналах распределения B2C it-компании может быть больше 3 и зависит от конкретной структуры рынка и стратегии компании.

5 КАКОВЫ (РАЗМЕР В %) ПО НАШЕЙ ОЦЕНКЕ ТОРГОВЫЕ И ИНЫЕ НАДБАВКИ К ПЕРВОНАЧАЛЬНОЙ ЦЕНЕ ПРОДУКЦИИ ЕСТЬ В КАНАЛАХ КОМПАНИИ

Для компании ISsoft, которая предлагает программное обеспечение или услуги, торговые надбавки могут быть значительно выше, чем для компаний, производящих физические товары. Это связано с тем, что в IT-секторе часто применяется модель подписки или лицензирования, что позволяет устанавливать более высокие цены и надбавки.

Процентная надбавка на продукт в ходе торговых действий может варьироваться в широком диапазоне. Например, для некоторых товаров она может составлять всего несколько процентов, в то время как для других продуктов она может достигать 50% и более. В IT-секторе, как уже упоминалось, надбавки могут быть значительно выше из-за особенностей модели бизнеса и спроса на продукцию. В любом случае, размер надбавки определяется конкретными условиями рынка, стратегией компании и другими факторами, и может быть различным для разных продуктов или услуг.

6 СИСТЕМА МОТИВАЦИИ ПОСРЕДНИКОВ СО СТОРОНЫ КОМПАНИИ

Система мотивации посредников со стороны IT-компании может включать в себя различные методы стимулирования, например:

- комиссионные
- бонусы за достижение определенных целей
- обучение и поддержка
- маркетинговая поддержка
- предоставление эксклюзивных прав на продажу продукции и т.д.

Кроме того, IT-компании могут предоставлять посредникам доступ к специальным акциям, скидкам и промо-материалам, чтобы стимулировать их активность и увеличить объем продаж.

7 ПРОБЛЕМЫ В СУЩЕСТВУЮЩИХ КАНАЛАХ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ

Проблемы в каналах распределения могут возникнуть в любой IT-компании, включая ISsoft. Вот некоторые из них:

- Управление каналами: Управление множеством каналов и партнеров может быть сложной задачей. Необходимо обеспечить эффективное взаимодействие между различными каналами и партнерами, а также управлять возникающими конфликтами.
- Технологические проблемы: В сфере IT технологии постоянно меняются, и компаниям необходимо постоянно обновлять свои системы и процессы, чтобы оставаться конкурентоспособными. Это может создать проблемы, если каналы распределения не могут быстро адаптироваться к новым технологиям.
- Проблемы с обслуживанием клиентов: Клиенты ожидают высокого уровня обслуживания, и если каналы распределения не могут предоставить этот уровень обслуживания, это может привести к уменьшению удовлетворенности клиентов и потере бизнеса.

8 КАНАЛ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ДЛЯ НОВОГО ПРОДУКТА

Компания ISsoft может использовать прямой канал распределения.

Например, можно создать web-приложения "MED ASISTENT", которое будет связано с нашим искусственным интеллектом. Данное приложение будет предоставлять услуги консультации в области медицины.

Таким образом будет происходить популяризация продукта и постепенное его внедрение в организации здравоохранения и частные медицинские учреждения.

Аудит каналов распределения



Гиль Никита
Кардаш Степан
Климович Алексей

Каналы распределения

01

Персональные менеджеры по продажам.

02

Эксклюзивные мероприятия и презентации.

03

Партнерские программы.



СРЕДНЕЕ КОЛИЧЕСТВО УРОВНЕЙ В КАНАЛАХ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ

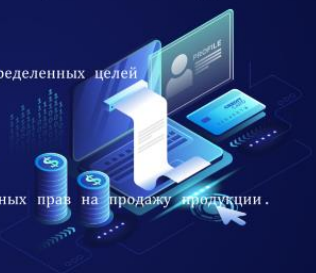
В каналах распределения B2B IT-компании можно выделить следующие уровни:

1. Производитель (IT-компания)
2. Оптовый дистрибьютор или прямые продажи от производителя
3. Корпоративные клиенты или партнеры



СИСТЕМА МОТИВАЦИИ ПОСРЕДНИКОВ

- ✓ Комиссионные
- ✓ Бонусы за достижение определенных целей
- ✓ Обучение и поддержка
- ✓ Маркетинговая поддержка
- ✓ Предоставление эксклюзивных прав на продажу продукции.



КАНАЛ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ДЛЯ НОВОГО ПРОДУКТА



Компания iSoft может использовать прямой канал распределения. Например, можно создать web-приложение "MED ASSISTENT", которое будет связано с нашим искусственным интеллектом. Данное приложение будет предоставлять услуги консультации в области медицины.

Стратегия сбыта

Компания iSoft имеет эксклюзивную стратегию сбыта, поскольку работает с заказчиком напрямую.

| | |
|--|---|
| | Разработка программы по реализации продукта и услуг на рынке Западной Европы, а также США |
| | Разработка стратегии рекламы компании и план проведения различных популяризирующих мероприятий. |
| | Осуществление постоянного мониторинга ситуации на рынке в сфере предоставляемых услуг. |
| | Контроль качества выпускаемого продукта. |
| | Обеспечение поддержки программного продукта на протяжении его жизненного цикла. |

Типы посредников



Партнерские программы

В этом случае задействованы аффилированные посредники или партнеры. Они продвигают продукт и услуги компании в обмен на комиссионные или другие формы вознаграждения.



Эксклюзивные мероприятия и презентации

Здесь компания задействует различные виды посредников: владельцев организаторов мероприятий, PR-агентов и маркетинговые агентства. Они помогают в организации и проведении мероприятий, а также в продвижении продуктов или услуг во время этих мероприятий.



Персональные менеджеры по продажам

Прямые представители компании, которые работают напрямую с клиентами. Они выполняют функции торговых агентов, представляя интересы компании и продвигая ее продукты или услуги.

ОЦЕНКА НАДБАВКИ К ПЕРВОНАЧАЛЬНОЙ ЦЕНЕ ПРОДУКЦИИ



<5%

>50%

Процентная надбавка на продукт в ходе торговых действий может варьироваться в широком диапазоне. Например, для некоторых товаров она может составлять всего несколько процентов, в то время как для других продуктов она может достигать 50% и более. В IT-секторе, как уже упоминалось, надбавки могут быть значительно выше из-за особенностей модели бизнеса и спроса на продукцию.

ПРОБЛЕМЫ В СУЩЕСТВУЮЩИХ КАНАЛАХ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ



Управление каналами

Управление множеством каналов и партнеров может быть сложной задачей. Необходимо обеспечить эффективное взаимодействие между различными каналами и партнерами, а также управлять возникающими конфликтами.

Технологические проблемы

В сфере IT-технологии постоянно меняются, и компаниям необходимо постоянно обновлять свои системы и процессы, чтобы оставаться конкурентоспособными. Это может создать проблемы, если каналы распределения не могут быстро адаптироваться к новым технологиям.

Проблемы с обслуживанием клиентов

Клиенты ожидают высокого уровня обслуживания, и если каналы распределения не могут предоставить этот уровень обслуживания, это может привести к уменьшению удовлетворенности клиентов и потере бизнеса.



СПАСИБО !