Министерство образования Республики Беларусь

Учреждение образования  
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ   
ИНФОРМАТИКИ И РАДИОЭЛЕКТРОНИКИ

Факультет инженерно-экономический  
Кафедра экономики  
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](https://cyberleninka.ru/article/n/klassifikatsiya-torgovyh-posrednikov-i-varianty-ih-ispolzovaniya-v-tsepyah-postavok).

**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](https://cyberleninka.ru/article/n/klassifikatsiya-torgovyh-posrednikov-i-varianty-ih-ispolzovaniya-v-tsepyah-postavok).

**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.