

Place (Distribution)

Group 3 :

NITH Kosal

YEA Mey Mey

VON Srey Keo

MEAS Serita

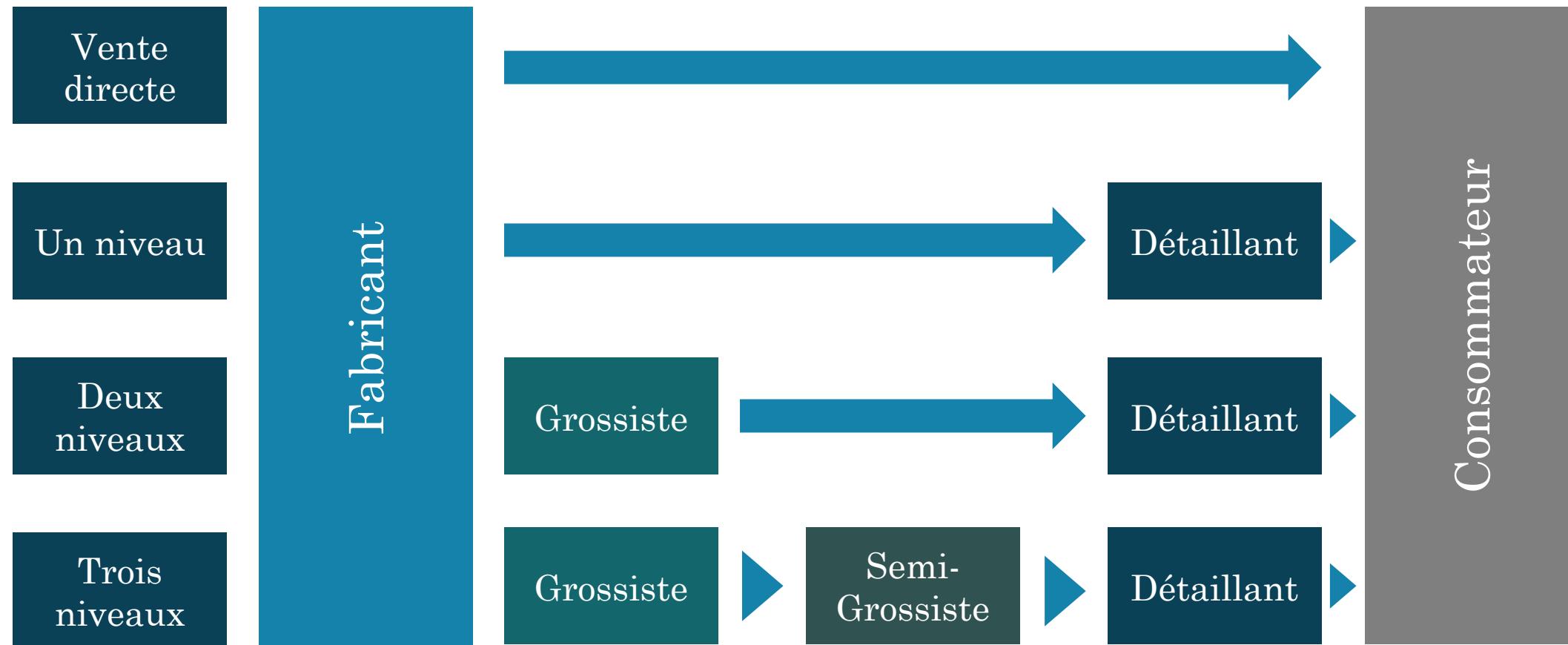
Chheang Chhenglang

Phann Vannary

Définition

- Distribution (Place)
- Circuit de distribution

Le Circuit de distribution

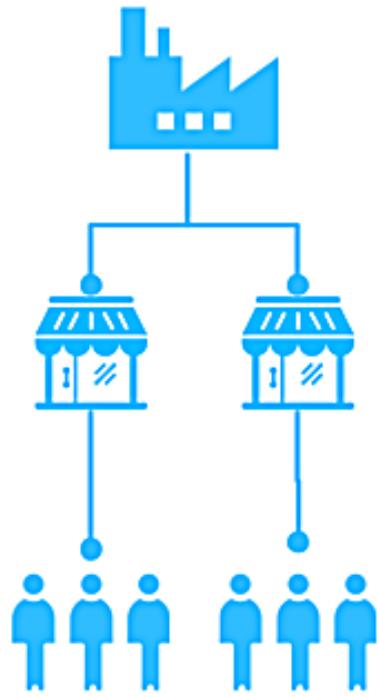


La désintermédiation



Différents types de distribution

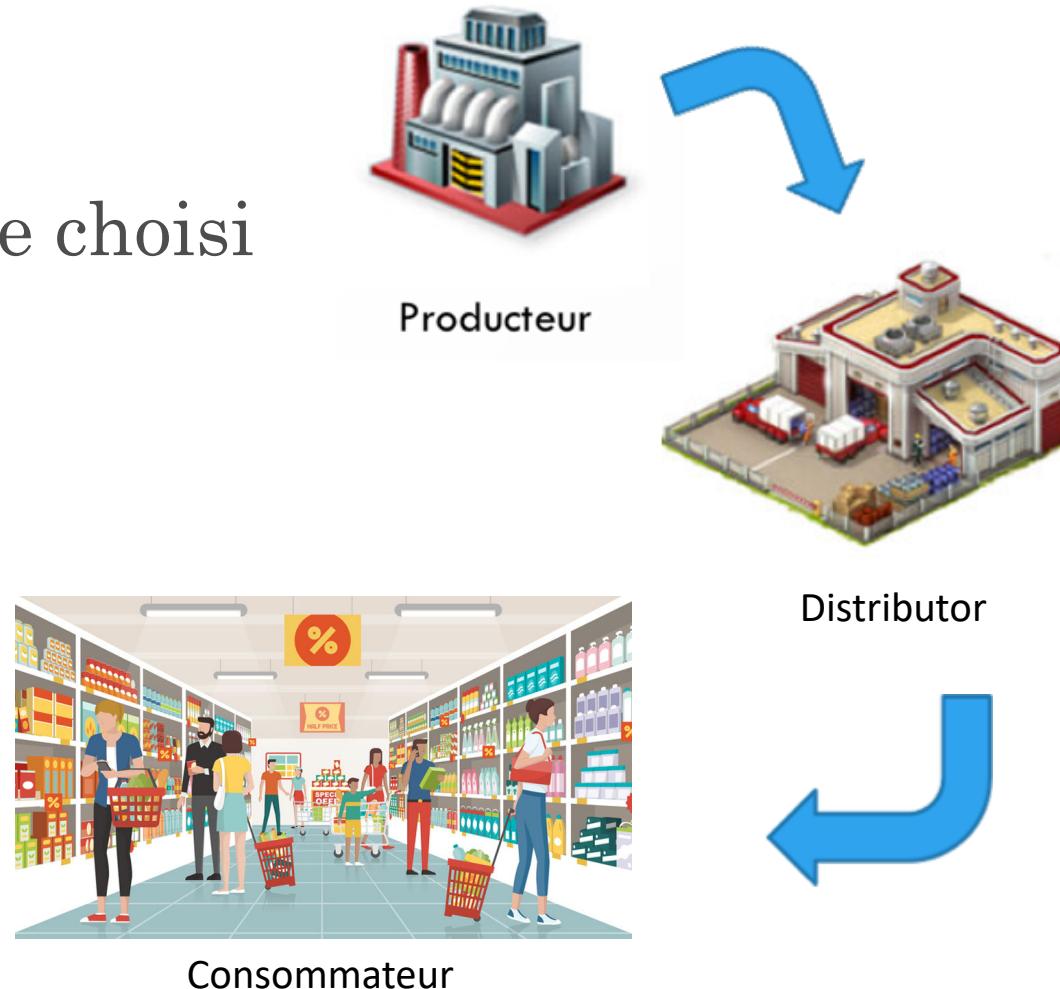
1. Distribution intensive
2. Distribution selective
3. Distribution exclusive
4. Distribution intégrée
5. Distribution en franchise





Choisir les canaux de distribution

- Définition
- Mise en place du système de choix
- Contrôle du système choisi



Commerce de détail

- Vente au détail de produits et services aux consommateurs finaux.

Différents types de détaillants :

- Hypermarchés ($>2500\text{ m}^2$)



- Supermarchés (400 à 2500 m²)



- Commerces de proximité



- Hard-discount

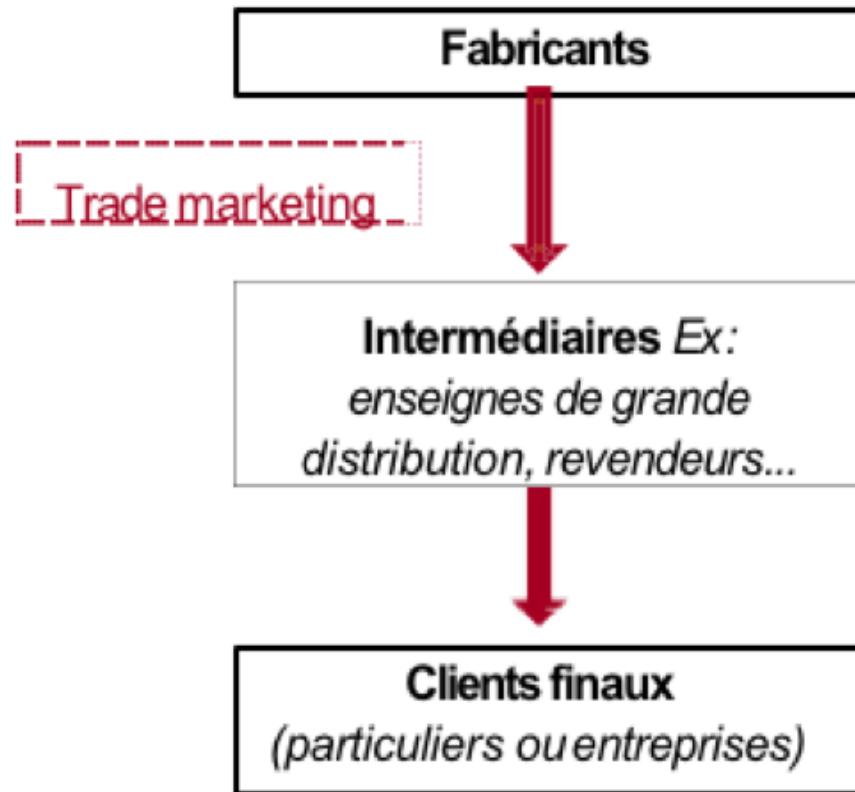


- Magasins spécialisés

➤ *Référencement*

- Produit référencé chez un distributeur
- Négociation : prix, conditions tarifaires, modalités de mise en place des produits, etc...

➤ Trade marketing



➤ Vente pas seulement en magasin

- Vente automatique

Mais aussi :

- Vente à distance
- Vente à domicile
- Vente sur marché
- Magasins éphémères...



MULTICANAL



Multiplication des points de contact
qui agissent indépendamment
les uns des autres

CROSS-CANAL



Les points de contact sont
intégrés au parcours client

OMNICANAL



Synergie entre les points de contact,
optimisés les uns par rapport aux autres

Gérer les canaux de distribution

- Il y a beaucoup de type de produit dans le marché.
→ L'univers du libre-choix
- Conséquences : Le consommateur doit à
 - Se repérer



- Lire l'offre marchande
- Choisir son produit



- Le problématique de distribution est Merchandising.

➤ Quel est le merchandising?

- Le merchandising est ensemble des techniques visant à optimiser la rentabilité d'un point de vente et des produit qu'il contient
 - Définir l'assortiment
 - Localiser les rayons



- Implanter dans le linéaire



- Information sur lieu de vente



- Présentation des produits
- Procédures de contrôle
- L'objectif du merchandising sont **Mieux vendre, Vendre plus, et plus de profit.**

Gérer les canaux de distribution

➤ Pour vendre un produit

- Assortiment
- Présentation
- Animation
- Gestion



➤ Pour présenter l'assortiment

- Définir le mobilier
- Répartir le linéaire par famille et sous-famille
- Attribuer le mètre carré du facing de chaque référence



➤ Pour animer l'assortiment bien présenté

- Mise en avant régulière
- Promotion, Publicité ou Information sur le lieu de vente...



➤ Pour maîtriser la rentabilité

- Rotation des stocks
- Ratios de rentabilité par rapport à l'investissement linéaire ou au stock
- Suivi des performances...

Merci pour votre attention

*Thank
you*

Question ???