

Каналы распределения компании ЕРАМ

Стратегия сбыта

Стратегия сбыта компании — селективное распределение.

Селективное распределение — достижение достаточного охвата и в то же время его ограничение, что позволяет работать только с квалифицированными дилерами.

Характерно для продаж B2B и товаров повышенной ценности. Компания производитель работает с ограниченным количеством посредников на стандартных взаимовыгодных условиях

Компания ЕРАМ является крупной компанией, и она общается и выполняет заказы только для проверенных клиентов, у тех, у кого есть деньги, для того чтобы извлечь немалую выгоду для себя

Каналы распределения

Тип используемого канала — представители компании.

Предоставление услуг и товаров осуществляются при помощи представителей компании, при помощи которых заключаются договоры для покупки товаров или услуг.

Для сферы IT это характерно, т.к. программные продукты стоят немало, но они предназначены для массового потребления. Это характерно для продаж B2C. Длина канала распределения показывает, сколько посредников составляют цепочку продвижения товара. Каналом нулевого уровня (или каналом прямого маркетинга) называется прямая продажа производителем товара конечному потребителю.

Каналы нулевого уровня характерны для продажи услуг, часто процесс производства и продажи услуги совмещен.

Посредники каналов распределения

Посредников нет, т.к. компания предоставляет свои услуги только через представителей самой компании.

Дополнительных расходов на посредников нет, однако это является и недостатком, т.к. канал распределения идет только через саму компанию, без посредников. Однако такой выбор обоснован, т.к. клиенты будут одни из надежных, которые могут позволить себе услуги компании. Т.к. посредников нет, нет необходимости говорить о их мотивации. Также надбавки на продукты и услуги не добавляются, так что клиенты получают свои товары и услуги без надбавок.

Канал распределения для нового товара

Компания ЕРАМ занимает прочную позицию на рынке, соответственно другие компании и заинтересованные клиенты и так знают о компании, однако необходимо провести рекламную кампанию нового продукта - интенсивное распределение.

Компания ЕРАМ производит качественные продукты массового потребления, причем на высоком уровне и международного качества. Потенциальным клиентам представители компании могут предлагать продукты и услуги по мере их появления.

Управление каналами

Как правило, управление каналами распределения осуществляет директор по продажам или коммерческий директор, поскольку эта деятельность требует целостного видения ситуации с продажами на предприятии. Процесс управления включает следующие функции:

1. Планирование по каналам и между участниками одного канала. Может осуществляться как поставщиком самостоятельно, так и совместно поставщиком и дилерами. В случае когда у компании ограничены возможности выбора посредников и ей самой приходится проявлять инициативу в их привлечении, второй вариант наиболее вероятен. При этом планирование по каналам и между участниками должно отвечать выбранной стратегии.
2. Мотивирование и стимулирование посредников. В процессе мотивации посредников используются два вида факторов: стимулирующие (скидки и бонусы) и партнерские. Последние направлены на формирование долгосрочных и взаимовыгодных отношений: совместное планирование деятельности канала, специальные условия сотрудничества, маркетинговую поддержку, обучение торгового персонала и т.п. На наш взгляд, из партнерских мер, кроме совместного планирования деятельности канала, для среднего бизнеса наиболее эффективны съезды и обучение дилеров, а также разработка рекомендаций по мерчендайзингу (выкладке) продукции.