



- 1 Marketing: concept, evoluție, trăsături, funcții
- 2 Mediul de marketing
- 3 Piața și dimensiunile acesteia
- 4 Comportamentul consumatorului
- 5 Sistemul informațional de marketing
- 6 Strategia de marketing
- 7 Produsul
- 8 Prețul
- 9 Distribuția
- 10 Comunicarea-promovarea



9

Distribuția



Obiectivele cursului



Definirea distribuției



Cunoașterea funcțiilor distribuției



Cunoașterea tipurilor de intermediari



Ce vreau să aflu



Ce este "distribuția"?

Distribuția = ansamblul **operațiunilor și proceselor**, **intermediarilor**, **personalului și mijloacelor tehnice** prin care **produsele** sunt puse la **dispoziția consumatorilor sau utilizatorilor** acestora.

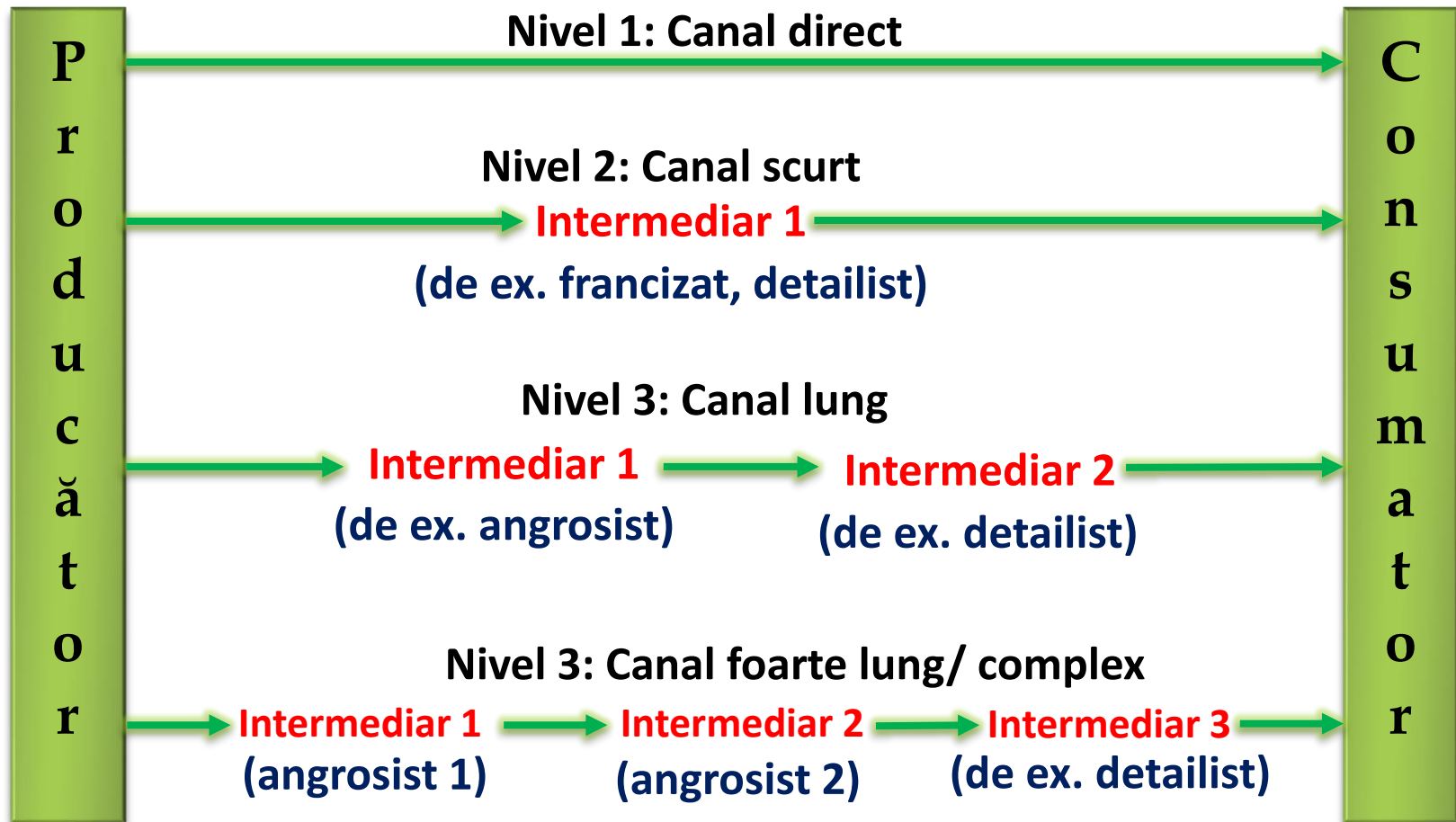
Canal de distribuție = **ansamblul de intermediari** angrenați în procesul de punere la dispoziție spre utilizare sau consum a unui produs

- **Lungime** = numărul de verigi intermediare
- **Lățime** = numărul de intermediari în cadrul unei verigi
- **Adâncime** = gradul în care canalul de distribuție asigură apropierea de punctele efective de consum



Numărul de niveluri ale canalului de distribuție

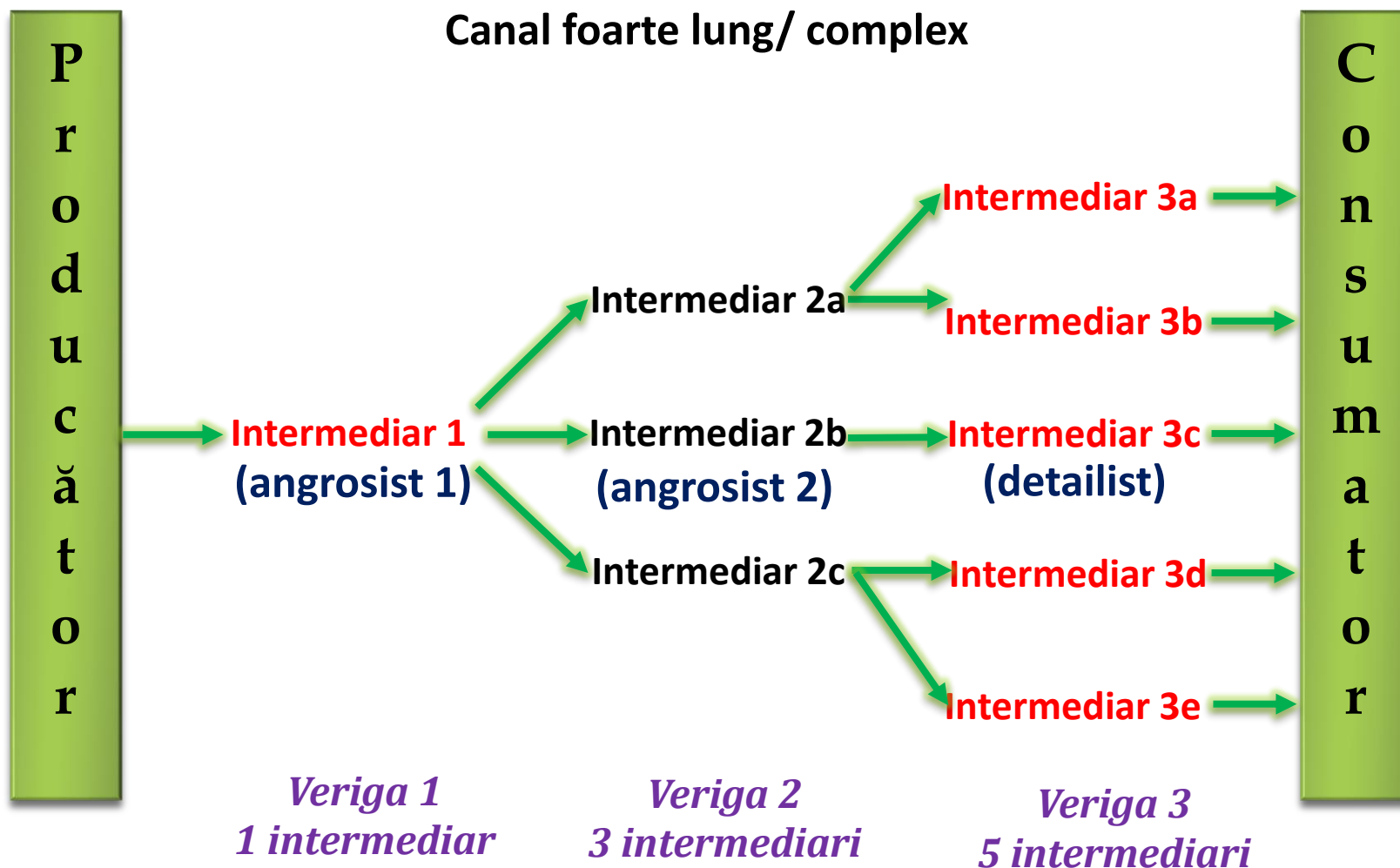
(lungimea canalului = numărul de verigi intermediare)





Numărul de niveluri ale canalului de distribuție

(lățimea canalului = numărul de intermediari în cadrul unei verigi)





Parteneri/Piață în amonte și în aval

**Parteneri în
amonte (lanț
de
aprovizionare)**

VS

**Parteneri
(canal de
distribuție) în
aval**

Cine pune la dispoziția firmei tot ceea ce îi este necesar dezvoltării ofertei sale?

Ansamblul firmelor care pun la dispoziția companiei materii prime, componente, piese de rezervă, informații, finanțare, expertiză necesare dezvoltării unui produs/serviciu.

HAVI Logistics România - achiziția mărfurilor și controlul stocurilor și continuă cu depozitarea, manipularea și livrarea produselor către toate restaurantele McDonald's

GoodMills Romania S.A. - Furnizor unic pentru chiflele McDonald's în România

Draxlmaier - produce borduri, console și uși pentru unii dintre cei mai mari constructori auto din lume (BMW, Volkswagen, Tesla și Cadillac)



Canale de distribuție în amonte și în aval

Parteneri în
amonte (lanț
de
aprovizionare)

VS

Parteneri
(canal de
distribuție) în
aval



B&B COLLECTION

importator oficial si distribuitor autorizat in piata romaneasca a peste 100 de marci internationale de ceasuri (de ex., Swatch) si bijuterii

Sodo Migliori România - expansiune prin francize (de ex., Tissot și Swatch)

MERIDIAN Auto - Dealer auto si service autorizat Dacia Renault

AutoCobalcescu - Dealer Renault, dealer Nissan, dealer Dacia

Cine se interpune între firmă și consumatorii finali, respectiv clienții organizaționali ai acesteia?

Ansamblul firmelor care ajută compania să își facă disponibilă oferta pe piață (agenți de vânzare, angrosiști, detailiști)

Tipuri de intermediari?

**Angroșiști (unități de comerț
cu ridicata)**

**Detailiști (unități de comerț
cu amănuntul)**

sunt foarte diversificate

De la cine
cumpără
marfa

producător

alți angroșiști

producător

angroșiști

*Magazinele "de conveniență", "de
proximitate", "de cartier"*

Magazinele specializate

*Top Drinks, primul magazin
specializat în bauturi fine din
România*

Deschis în 1994 B-dul Eroilor, 35

Supermagazinele 400-2.500 mp

SORA

*Hipermagazinele: peste 2.500
mp, de obicei - pe orizontală*

**Mobexpert,
IKEA,
Cora, Auchan**

*Magazinele universale: peste
2.500 mp, de obicei - pe etaj*

**BIG/Winmarkt
-Shopping
Center**

*Magazinele cu prețuri
reduse sau de tip "discount"*

**LIDL,
PENNY**

*Centrele comerciale – de
obicei, la periferia orașului*

Polus, Iulius

Cui vând
marfa

altor intermediari
(angroșiști sau detailiști)

consumatorilor finali

servicii oferite clienților proprii:

- vânzarea pe credit comercial
(cu plata ulterioară, la
termen)
- transportul și livrarea
- asistență tehnică etc.



Tipuri de intermediari?

... în funcție de riscul asumat:

Intermediarii independenți

cumpără marfa, **obțin dreptul de proprietate** asupra acesteia și o revând la un **preț mai mare**, **asumându-și riscurile proprietății implicate** (stocuri mari, marfă nevândută)

Intermediarii funcționali

nu cumpără marfa și **nu își asumă riscul proprietății**. Ei doar asigură legătura dintre vânzători și cumpărători în schimbul unui **comision**.



Funcțiile "distribuției"?

Transportul (*deplasarea*)

Utilitate de loc și timp pentru consumatori

Stocarea (*depozitarea*)

Utilitate de timp pentru consumatori

Fracționarea (*partiționarea*)

Utilitate de cantitate pentru consumatori

Asortarea

Finanțarea

Adăugarea de plus-valoare



Funcțiile "distribuției"?

Transportul (*deplasarea*) **Stocarea** (*depozitarea*) **Fracționarea** (*partiționarea*)

Asortarea **Utilitate de loc și timp
pentru consumatori**

(varietate bogată în
același punct de vânzare)

Finanțarea **Utilitate de bani atât pentru producători, cât și pentru consumatori**

Adăugarea de plus-valoare

- *Poziționarea punctelor de vânzare*
- *Orarul de funcționare*
- *Ambianța*
- *Forța de vânzare*
- *Servicii de livrare, instalare, service, preluare pentru service*



Exemple de întrebări la examen:

1. Caracterizați angroșiștii.
2. Enumerați 2 categorii de detașiști.
3. Explicați diferența dintre intermediarii independenți și cei funcționali.
4. Care dintre următoarele funcții ale distribuției generează utilitate de timp?
 - a) funcția de transport
 - b) Funcția de asortare
 - c) Funcția de finanțare
 - d) Funcția de stocare