

### 3 Kanal çatışmaları

İnternetin sunumundan kaynaklanan kayda değer bir tehlike de aracıyı kaldırmanın işletmelere doğrudan satış yapma ve ürünler üzerinden karlılığı artırma fırsatı sunarken mevcut ortaklarla olan dağıtım anlaşmalarını tehdit etmesidir. Böyle kanal çatışmaları Frazier (1999) tarafından açıklanmıştır ve bu çatışmaların dikkatlice yönetilmesi gerekir. Frazier internetin sadece bir iletişim kanalı olarak kullanılması gerektiği durumları saptamaktadır. Buna özellikle imalatçıların pahalı ya da seçici bir dağıtım yaklaşımı önerdiği bir durumda rastlanmaktadır. Örnek vermek gerekirse yüzlerce pound'a mal olan pahalı saatler imal eden bir işletme geçmişte doğrudan satış yapmamış olacak ancak saatleri perakendeciler vasıtasıyla ulaştırmak için bir toptancı kullanmış olacaktır. Bu toptancı saat dağıtımı tedarik zincirinde önemli bir aktörse saat imalatçısının müşteriye doğrudan satış yapmasına perakendeciler karşı çıkacaklardır. Hatta toptancı dağıtımcı olarak görev almayı reddedebilir ve sadece bir rakibin internette mevcut olmayan saatlerini dağıtma tehdidinde bulunabilir. Üstelik doğrudan satışlar ürünün markasına zarar verebilir ya da ürünün fiyat konumunu değiştirebilir.

Diğer kanal çatışmaları, satış temsilcileri ve müşteriler de dahil olmak üzere diğer hissederları kapsar. Satış temsilcileri interneti kendi geçim yollarına doğrudan bir tehdit olarak görebilirler. Bu satış modellerinin internet tarafından kısmen ya da tamamen yerinin değiştirilmesiyle birlikte, Avon kozmetik ya da Britannica Ansiklopedisi'nde olduğu gibi bazı durumlarda sonuç bu olmuştur. Birçok B2B satın almada satış temsilcileri, satın alma kararında destek olmak için müşteriye ulaşmada hala temel bir metottur. Burada satış ekibinin eğitimini takiben internet bir satış desteği ve müşteri eğitimi aracı olarak kullanılabilir. Çevrimiçi kanalları kullanmayan müşteriler, çevrimiçi mevkidaşlarına daha düşük fiyatlar sunulursa olumsuz tepki verebilir. Bu ise diğer türdeki kanal çatışmaları kadar ciddi değildir.

Kanal çatışmalarını değerlendirmek için internetin alabileceği farklı kanal biçimlerini göz önünde bulundurmak gerekmektedir. Bu biçimler ise şöyledir:

---

### 3 Kanal çatışmaları

İnternetin sunumundan kaynaklanan kayda değer bir tehlike de aracıyı kaldırmanın işletmelere doğrudan satış yapma ve ürünler üzerinden karlılığı artırma fırsatı sunarken mevcut ortaklarla olan dağıtım anlaşmalarını tehdit etmesidir. Böyle kanal çatışmaları Frazier (1999) tarafından açıklanmıştır ve bu çatışmaların dikkatlice yönetilmesi gerekir. Frazier internetin sadece bir iletişim kanalı olarak kullanılması gerektiği durumları saptamaktadır. Buna özellikle imalatçıların pahalı ya da seçici bir dağıtım yaklaşımı önerdiği bir durumda rastlanmaktadır. Örnek vermek gerekirse yüzlerce pound'a mal olan pahalı saatler imal eden bir işletme geçmişte doğrudan satış yapmamış olacak ancak saatleri perakendeciler vasıtasıyla ulaştırmak için bir toptancı kullanmış olacaktır. Bu toptancı saat dağıtımı tedarik zincirinde önemli bir aktörse saat imalatçısının müşteriye doğrudan satış yapmasına perakendeciler karşı çıkacaklardır. Hatta toptancı dağıtımcı olarak görev almayı reddedebilir ve sadece bir rakibin internette mevcut olmayan saatlerini dağıtma tehdidinde bulunabilir. Üstelik doğrudan satışlar ürünün markasına zarar verebilir ya da ürünün fiyat konumunu değiştirebilir.

**Diğer kanal çatışmaları, satış temsilcileri ve müşteriler de dahil olmak üzere diğer hissederları kapsar. Satış temsilcileri interneti kendi geçim yollarına doğrudan bir tehdit olarak görebilirler. Bu satış modellerinin internet tarafından kısmen ya da tamamen yerinin değiştirilmesiyle birlikte, Avon kozmetik ya da Britannica Ansiklopedisi'nde olduğu gibi bazı durumlarda sonuç bu olmuştur. Birçok B2B satın almada satış temsilcileri, satın alma kararında destek olmak için müşteriye ulaşmada hala temel bir metottur. Burada satış ekibinin eğitimini takiben internet bir satış desteği ve müşteri eğitimi aracı olarak kullanılabilir. Çevrimiçi kanalları kullanmayan müşteriler, çevrimiçi mevkidaşlarına daha düşük fiyatlar sunulursa olumsuz tepki verebilir. Bu ise diğer türdeki kanal çatışmaları kadar ciddi değildir.**

**Kanal çatışmalarını değerlendirmek için internetin alabileceği farklı kanal biçimlerini göz önünde bulundurmak gerekmektedir. Bu biçimler ise şöyledir:**