

ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ Ι

Κεφάλαιο 11: Δίκτυα ή Κανάλια Διανομής

Α' Μέρος

Βασικά Σημεία Διάλεξης

- ◉ Τι είναι **κανάλια διανομής**; - Ορισμός
- ◉ Η **φύση** των δικτύων διανομής - (γιατί χρησιμοποιούνται;)
- ◉ Οι **λειτουργίες** του δικτύου διανομής
- ◉ Εναλλακτικά κανάλια διανομής
- ◉ Αντίστροφα κανάλια διανομής
- ◉ **Τύποι ροών** στα κανάλια του ΜΚΤ
- ◉ Κάθετα, οριζόντια και πολλαπλά συστήματα ΜΚΤ

Place

- ⦿ Η διανομή είναι το τελικό στάδιο για την επιτυχία μιας επιχείρησης
- ⦿ “Place” σημαίνει να καταστήσουμε τα αγαθά και τις υπηρεσίες διαθέσιμες στον τόπο και το χρόνο στον οποίο οι καταναλωτές τα χρειάζονται και τα επιθυμούν .
 - › Internet είναι ο νέος τόπος κατανάλωσης προϊόντων.

1. Τι είναι τα κανάλια διανομής;

- Με τον όρο δίκτυα διανομής ή δίκτυα πωλήσεων ή κανάλια διανομής εννοούμε τόσο την οργανωτική δομή των διαφόρων μονάδων μέσα στην επιχ/ση όσο & τους έξω από την επιχ/ση αντιπροσώπους και dealers, χονδρεμπόρους και λιανοπωλητές μέσω των οποίων γίνεται το MKT των διαφόρων προϊόντων & υπηρεσιών.

1. Τι είναι τα κανάλια διανομής; (συνέχεια)

Ο ορισμός αυτός περιλαμβάνει:

- τη δομή του δικτύου διάθεσης προϊόντων της επιχ/σης αλλά και όλων των επιχ/σεων και κλάδων της αγοράς
- την εσωτερική δομή του ΜΚΤ της επιχ/σης και όλους οργανισμούς που χρησιμοποιεί για το ΜΚΤ των προϊόντων της

1. Τι είναι τα κανάλια διανομής; - συμβολή

Τα καν. διαν. συμβάλλουν :

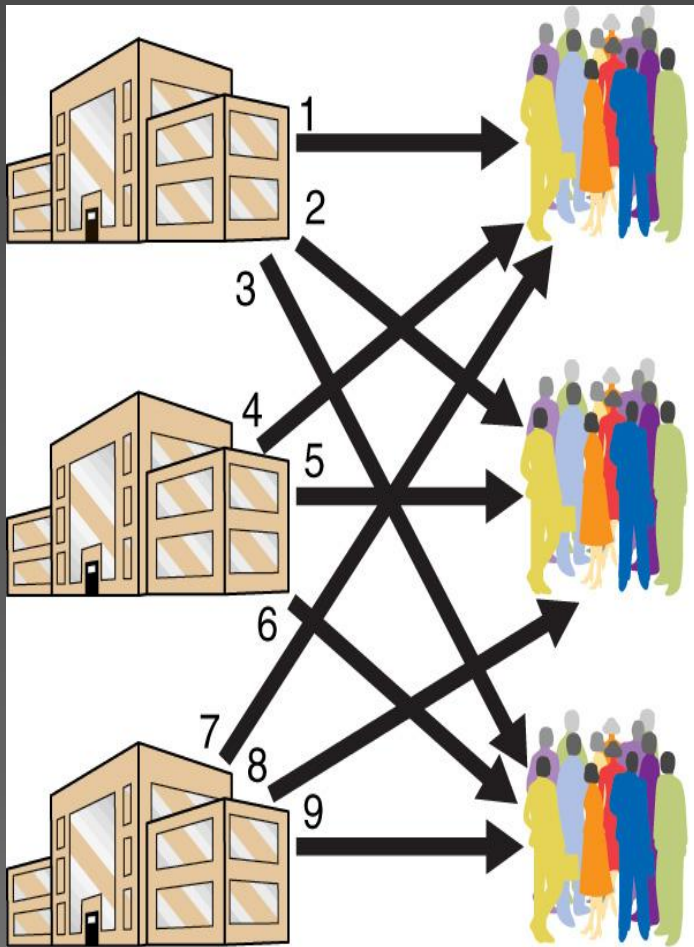
- ⦿ (α) αποτελεσματική διάθεση προϊόντος,
 - ⦿ (β) αποτελεσματική οικονομική διαχείριση
 - ⦿ (γ) αποτελεσματική χρήση της τεχνολογίας της πληροφορικής
-
- ⦿ Κανάλια Διανομής = 1 από τα 4P's

2. Η φύση των δικτύων διανομής

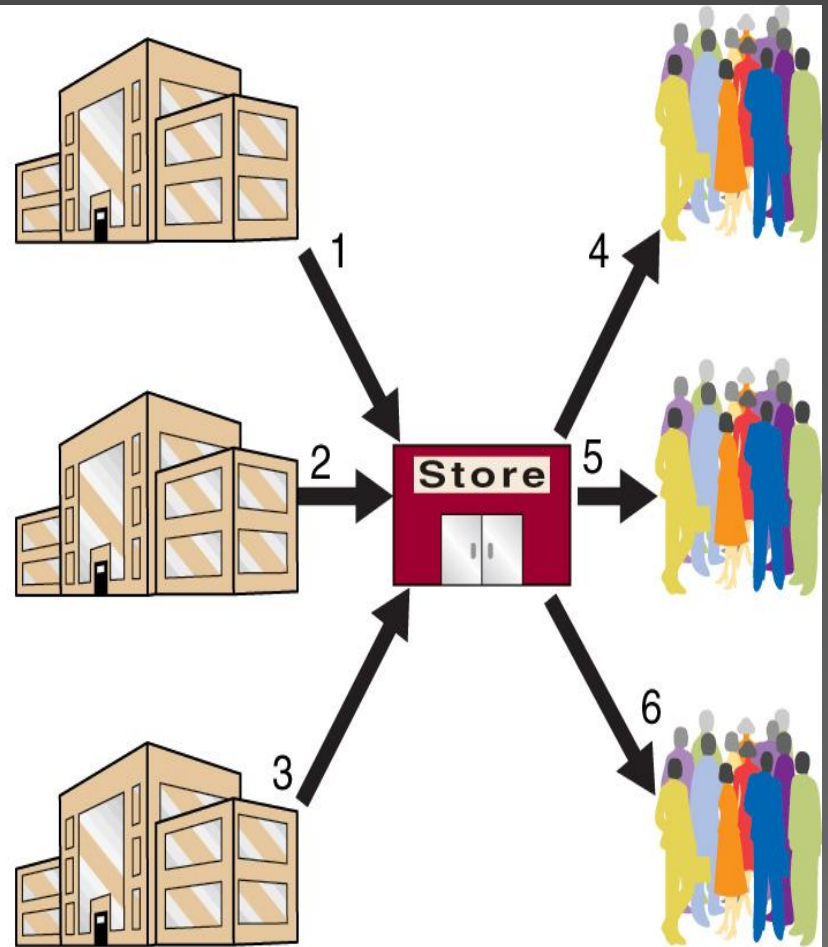
- Έλλειψη κεφαλαίου για ΜΚΤ/διανομή προϊόντων
- Ακόμη και όταν υπάρχει το κεφάλαιο η επένδυση του σε άλλους τομείς της επιχ/σης είναι πιο συμφέρουσα
- Ενδιάμεσοι= μεγαλύτερη αποτελεσματικότητα στην διάθεση προϊόντων - καλύτερη γνώση της αγοράς πιο προσανατολισμένοι στις ανάγκες των καταναλωτών

2. Η φύση των δικτύων διανομής (συνέχεια)

- Είδος προϊόντος (απλό-πολύπλοκο)
- Αργή ανάπτυξη της αγοράς, υψηλός ανταγωνισμός & απλά προϊόντα απαιτούν την χρήση ενδιάμεσων
- Χρήση ενδιάμεσων επιφέρει οικονομίες χρόνου και κόστους



A. Number of contacts without a distributor
 $M \times C = 3 \times 3 = 9$



B. Number of contacts with a distributor
 $M + C = 3 + 3 = 6$



= Manufacturer



= Customer

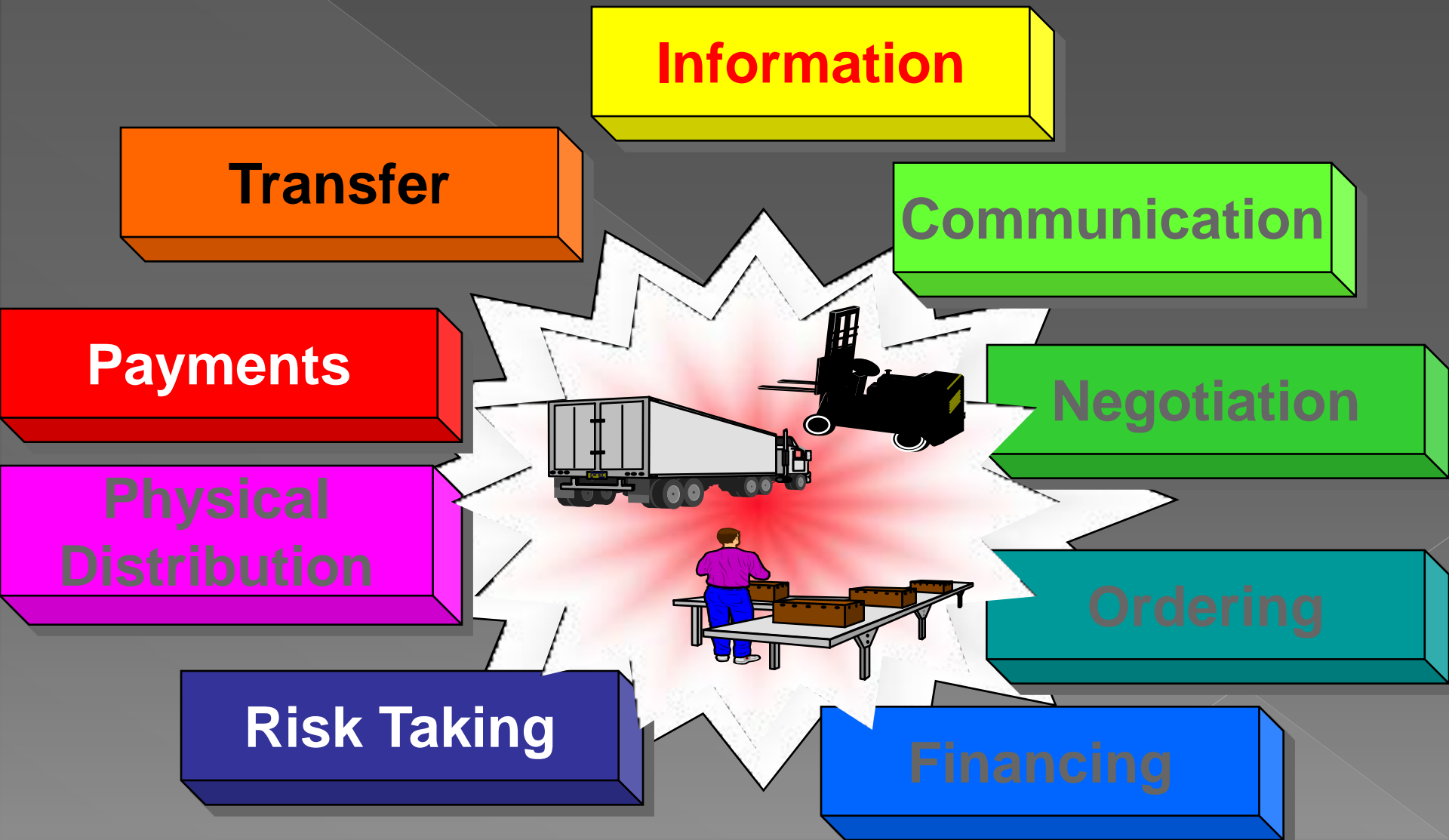


= Distributor

3. Οι λειτουργίες του δικτύου διανομής

- Πληροφόρηση
- Προώθηση
- Διαπραγμάτευση
- Παραγγελία
- Χρηματοδότηση
- Ανάλυση κινδύνου
- Φυσική κυριότητα
- Πληρωμή
- Τίτλος κυριότητας

Distribution Channel Functions



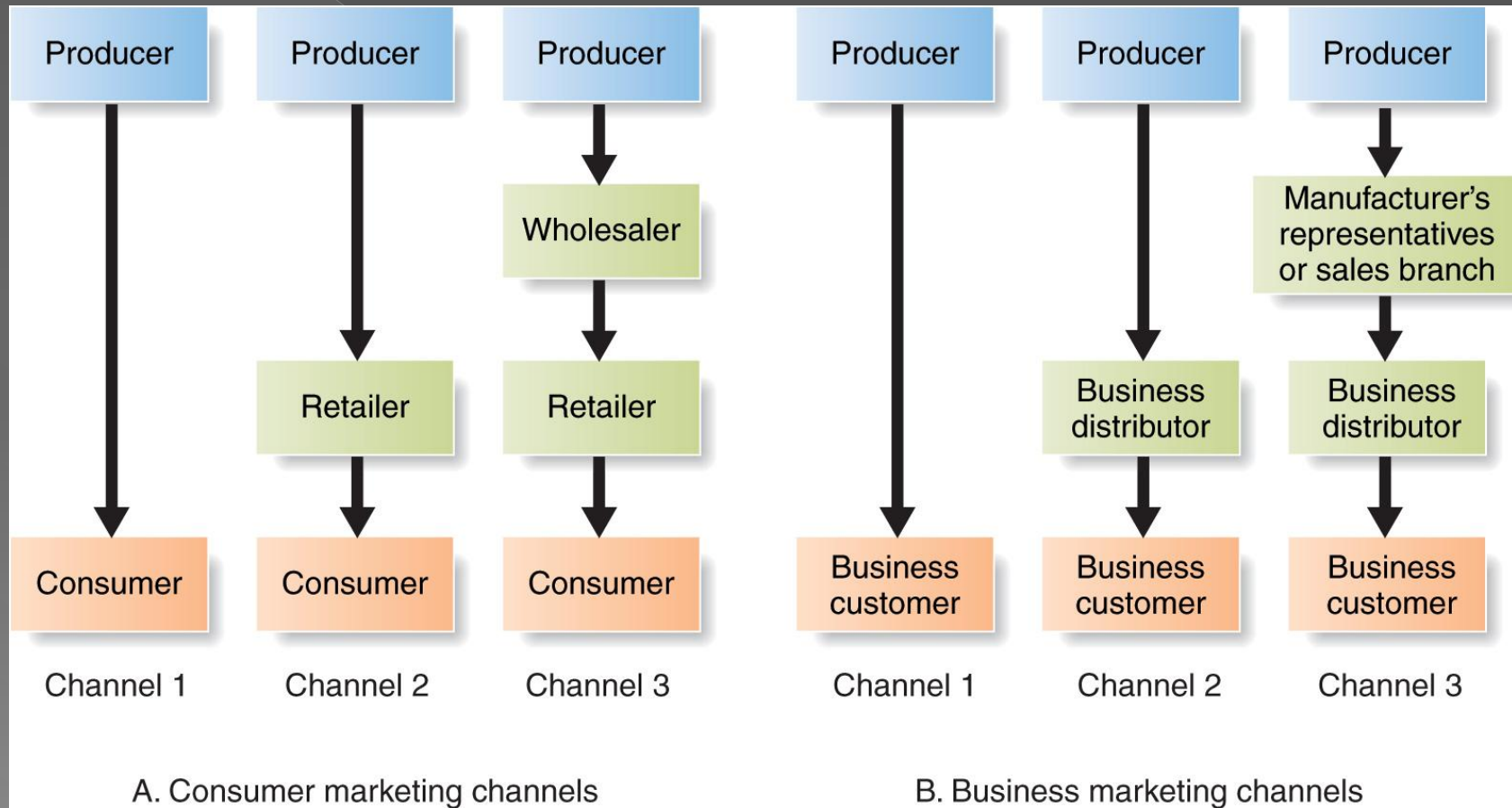
4. Εναλλακτικά κανάλια διανομής

- Τα δίκτυα ή κανάλια διανομής μεταξύ παραγωγού & καταναλωτή μπορεί να αποτελούνται από πολλούς συνδυασμούς μεσαζόντων κατά την διανομή του προϊόντος.
- Ο αριθμός των ενδιάμεσων που παρεμβάλλονται μεταξύ του παραγωγού και του τελικού καταναλωτή είναι γνωστό σαν **επίπεδο καναλιών** (channel Level).
- Όταν τα μέλη είναι 2 τότε η διανομή είναι άμεση
- Όταν τα μέλη είναι περισσότερα τότε η διανομή είναι έμμεση

4. Εναλλακτικά κανάλια διανομής: επίπεδα

- ◉ Κανάλι μηδενικού επιπέδου (zero-level channel)
- ◉ Κανάλι ενός επιπέδου (one-level channel)
- ◉ Κανάλι δύο επιπέδων (two-level channel)
- ◉ Κανάλια τριών επιπέδων & περισσότερων επιπέδων

4. Εναλλακτικά κανάλια διανομής: επίπεδα (συνέχεια)



Κανάλι μηδενικού επιπέδου

- Καλείται και κανάλι άμεσου ΜΚΤ και αποτελείται από τον παραγωγό & τελικό καταναλωτή (π.χ. IBM, Avon Cosmetics)

**Προμηθευτής/
Παραγωγός**

Καταναλωτής



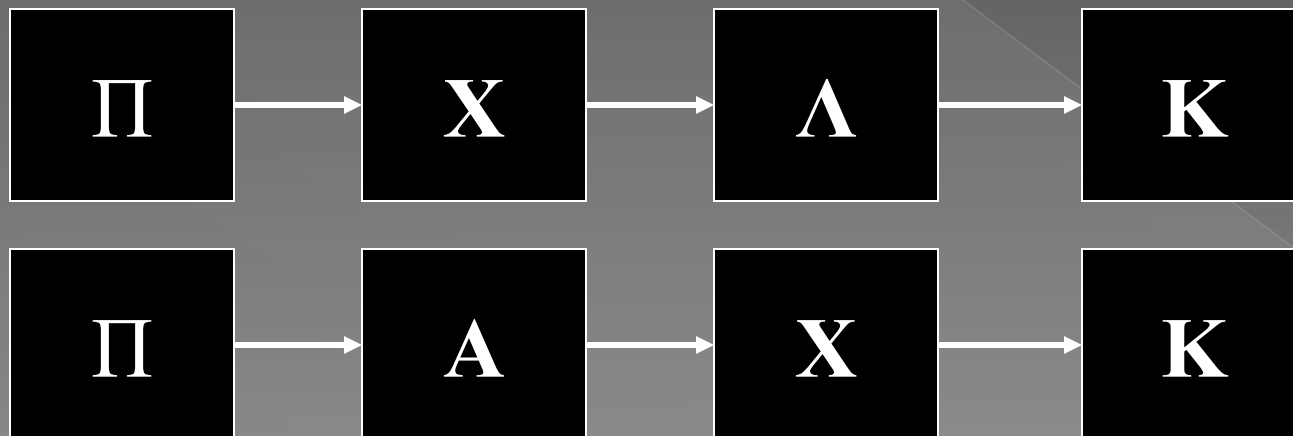
Κανάλι ενός επιπέδου

- Περιέχει 1 ενδιάμεσο: στις αγορές καταναλωτικών αγαθών είναι ο λιανοπωλητής, στις αγορές βιομηχανικών αγαθών είναι ο αντιπρόσωπος



Κανάλι δύο επιπέδων

- Περιέχει 2 ενδιαμέσους: στις αγορές καταναλωτικών αγαθών είναι ο χονδρέμπορος & λιανοπωλητής, στις αγορές βιομηχανικών αγαθών είναι ο αντιπρόσωπος & χονδρέμπορος



Κανάλια τριών επιπέδων & περισσότερων επιπέδων

- Αυξημένη πολυπλοκότητα και πρόβλημα ελέγχου



ΩΦΕΛΗ ΤΩΝ ΔΙΑΦΟΡΕΤΙΚΩΝ ΚΑΝΑΛΙΩΝ ΔΙΑΝΟΜΗΣ

◎ **ΑΜΕΣΟ ΚΑΝΑΛΙ**

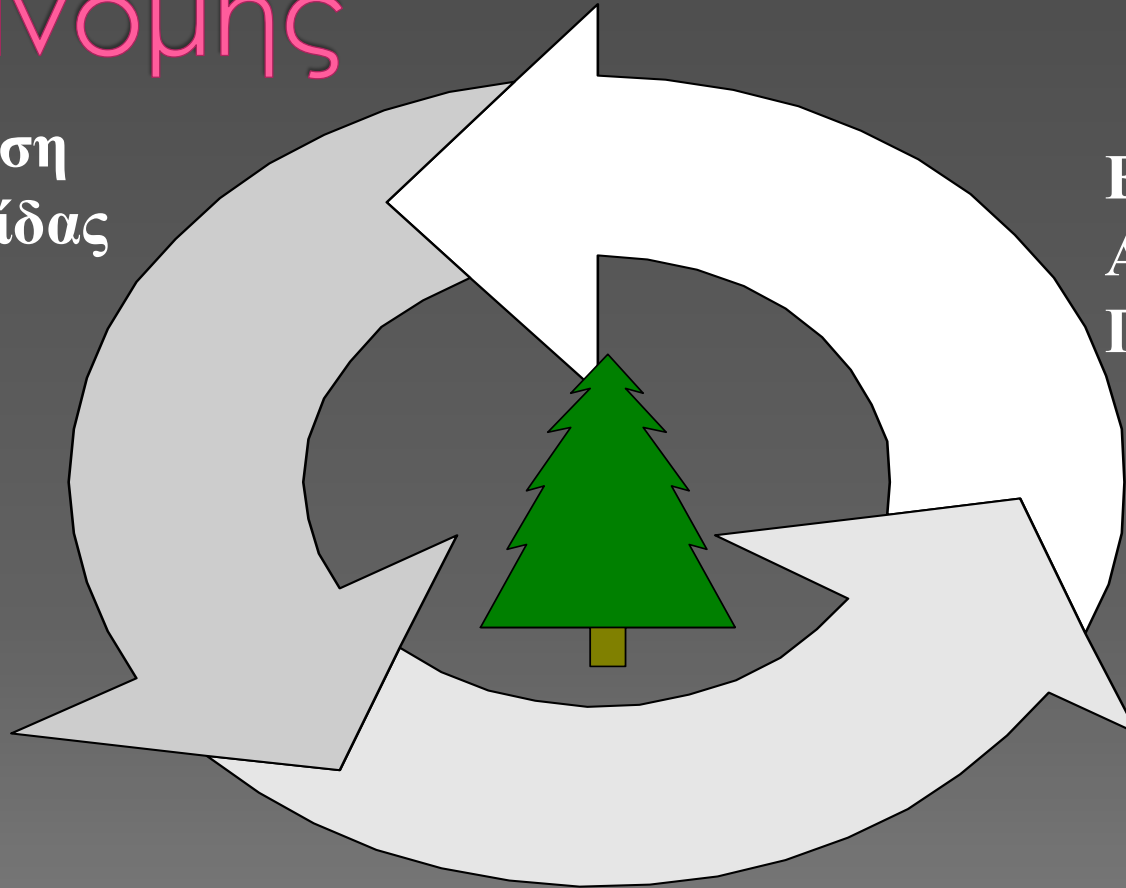
- > ΟΙ ΠΑΡΑΓΩΓΟΙ ΜΠΟΡΟΥΝ ΝΑ ΕΞΥΠΗΡΕΤΟΥΝ ΤΟΥΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ ΚΑΛΥΤΕΡΑ.
- > ΧΑΜΗΛΟΤΕΡΕΣ ΤΙΜΕΣ.
- > ΕΛΕΓΧΟΣ ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗΣ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΑΝΟΜΗΣ.

◎ **ΕΜΜΕΣΟ ΚΑΝΑΛΙ**

- > ΟΙ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ ΓΝΩΡΙΖΟΥΝ ΚΑΙ ΕΜΠΙΣΤΕΥΟΝΤΑΙ ΤΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ .
- > ΟΙ ΕΝΔΙΑΜΕΣΟΙ :
 - ΔΗΜΙΟΥΡΓΟΥΝ ΧΡΗΣΙΜΟΤΗΤΑ
 - ΕΙΝΑΙ ΠΙΟ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΙ

5. Αντίστροφα κανάλια διανομής

Εκτύπωση
Εφημερίδας



Εργοστάσιο
Ανακύκλωσης
Πολτός - Χαρτί

Καταναλωτής -
Εφημερίδα

6. Τύποι Ροών στα Κανάλια ΜΚΤ

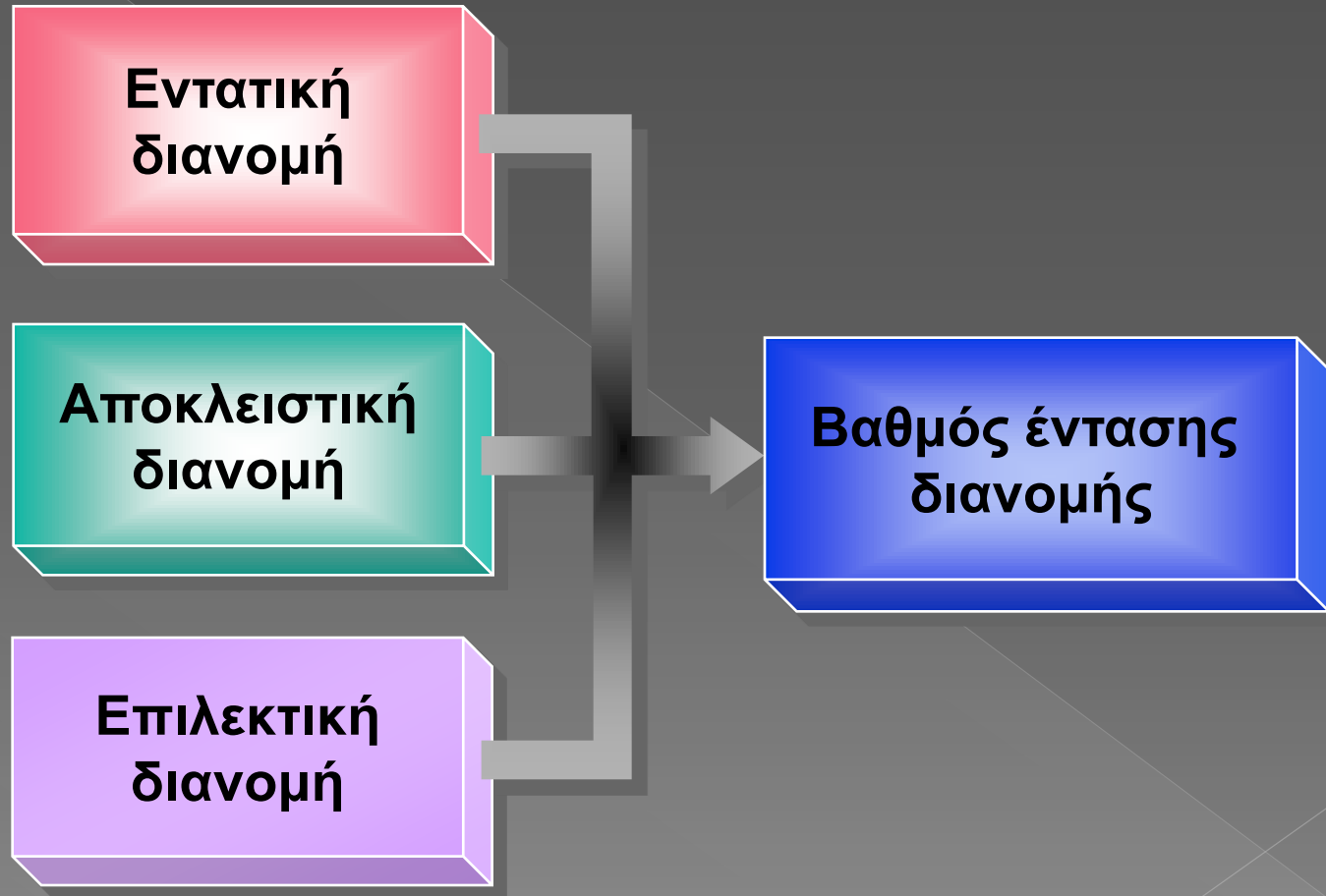
- Φυσική Ροή: πραγματική κίνηση προϊόντων από α' ύλες μέχρι τελικά προϊόντα.
- Ροή Κυριότητας: περιγράφει την πραγματική μεταβίβαση της κυριότητας από ένα στάδιο του ΜΚΤ στο άλλο.
- Ροή Πληρωμής: περιγράφει την πληρωμη λογ/σμών μέσω τραπεζών από τους καταναλωτές στους ενδιαμέσους, από τους ενδιαμέσους στους παραγωγούς κλπ

6. Τύποι Ροών στα Κανάλια

ΜΚΤ (συνέχεια)

- Ροή Πληροφοριών: περιγράφει πως ανταλλάσσονται μεταξύ των διαφόρων φορέων στο κανάλι ΜΚΤ. Έμφαση δίνεται στην αμφίδρομη επικοινωνία.
- Ροή Προώθησης: περιγράφει τις κατευθυνόμενες επιρροές (διαφήμιση, προσ. πωλ., προώθ. πωλ., & δημοσιότητα) από το ένα φορέα στον άλλο φορέα του καναλιού

ΕΠΙΛΟΓΗ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ ΔΙΑΝΟΜΗΣ



7. Συστήματα ΜΚΤ

Κάθετα Συστήματα ΜΚΤ περιλαμβάνουν:

- Εταιρικά κάθετα Συσ. ΜΚΤ που συνδυάζουν διαδοχικά στάδια παραγωγής & διανομής κάτω από την ίδια ιδιοκτησία
- Συμβατικά κάθετα Συσ. ΜΚΤ αποτελούνται από ανεξάρτητες επιχ/σεις σε διάφορα επίπεδα παραγωγής & διανομής προϊόντων που αποσκοπούν σε οικονομίες ή μεγαλύτερες πωλήσεις
- Αλυσιδωτοί οργ. που συνδέονται με ιδιαίτερες συμβάσεις

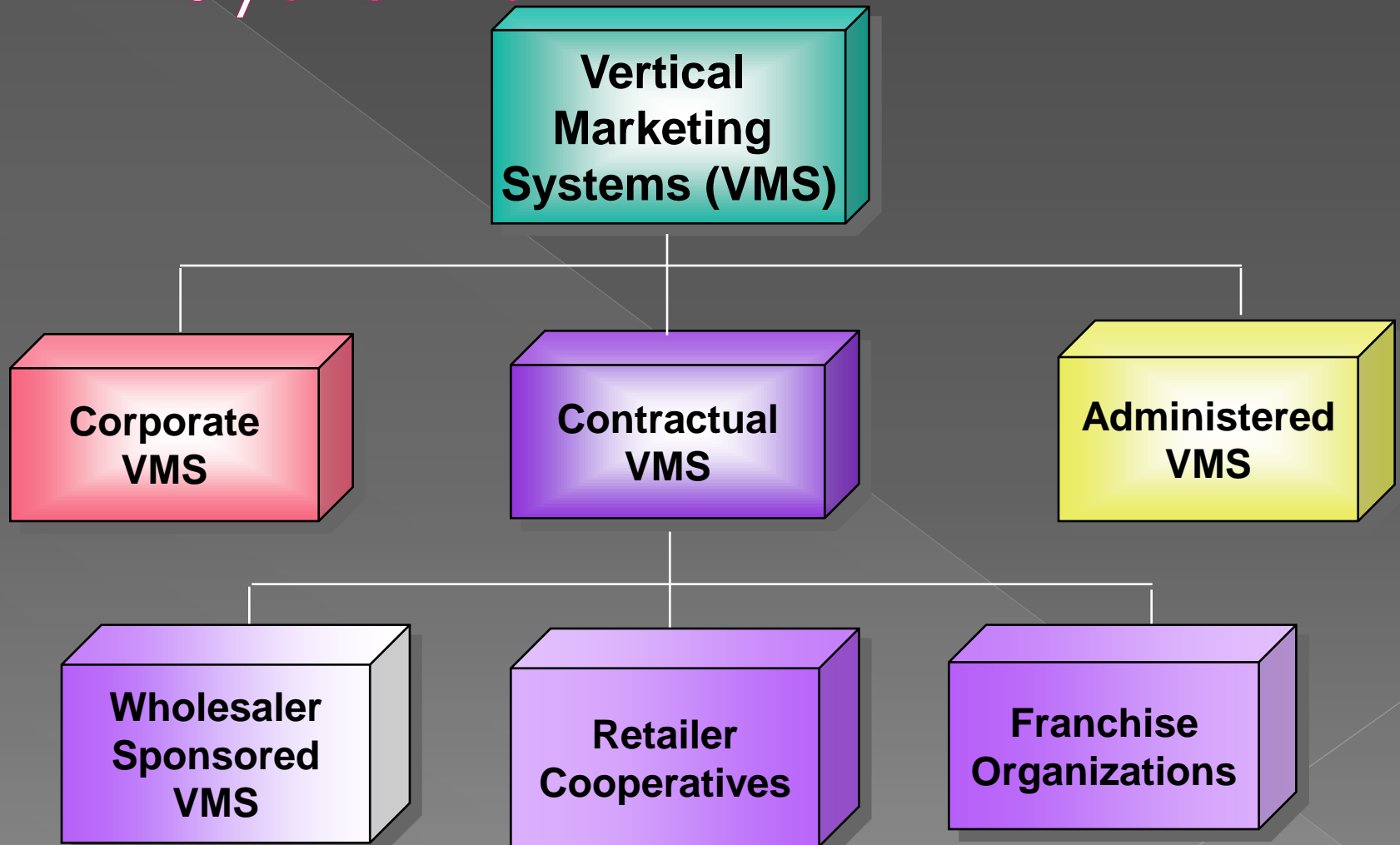
7. Συστήματα ΜΚΤ (συνέχεια)

- Οριζόντια Συστήματα ΜΚΤ: Δύο ή περισσότερες επιχει/σεις σχηματίζουν συμμαχία για να εκμετάλλευθούν από κοινού μια νέα αναδυόμενη ευκαιρία στο ΜΚΤ
- Πολλαπλά Συστήματα ΜΚΤ: Επιχ/σεις χρησιμοποιούν σύστημα των πολλαπλών καναλιών για να εξυπηρετήσουν δυο διαφορετικά επίπεδα πελατών.

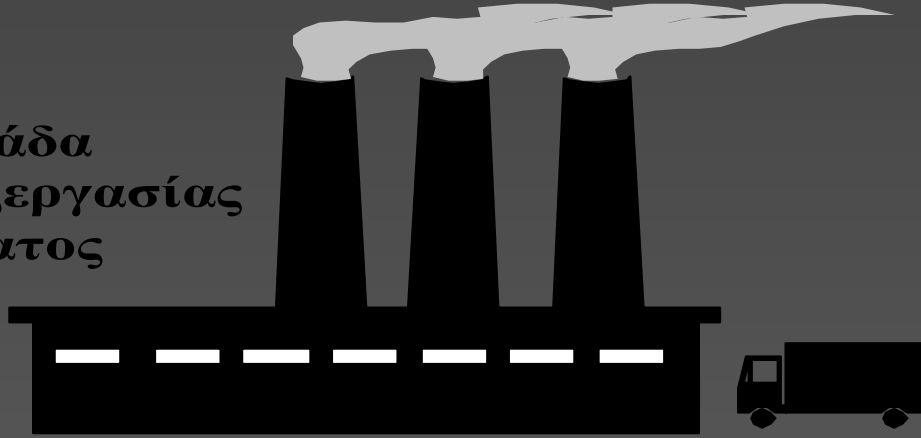
Physical Distribution



Vertical Marketing Systems

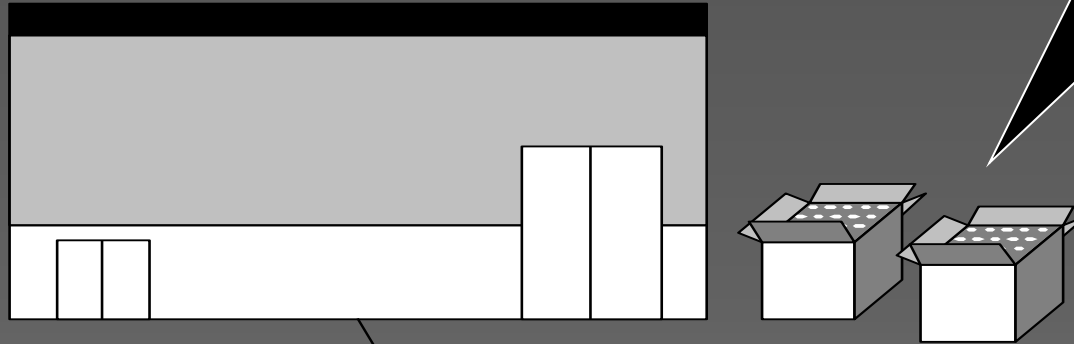


**Μονάδα
Επεξεργασίας
Κρέατος**

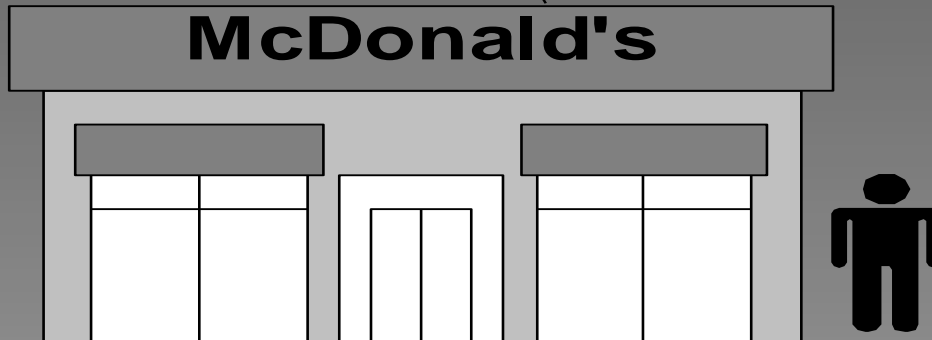


**Εταιρικά
Κάθετα
Συστήματα
ΜΚΤ**

**Μονάδα
Αποθήκευσης
Κρέατος**



McDonald's



Du Pont
Τνες



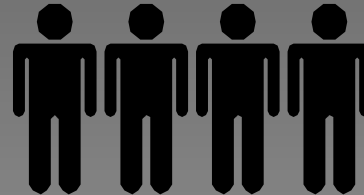
Miliken
Ύφασμα



Levi's
Jeans



Macy's/Sears
Λιανοπωλητής



**Συμβατικά
Κάθετα
Συστήματα
ΜΚΤ**

Conventional Distribution Channel vs. Vertical Marketing Systems

Conventional marketing channel

Manufacturer



Wholesaler

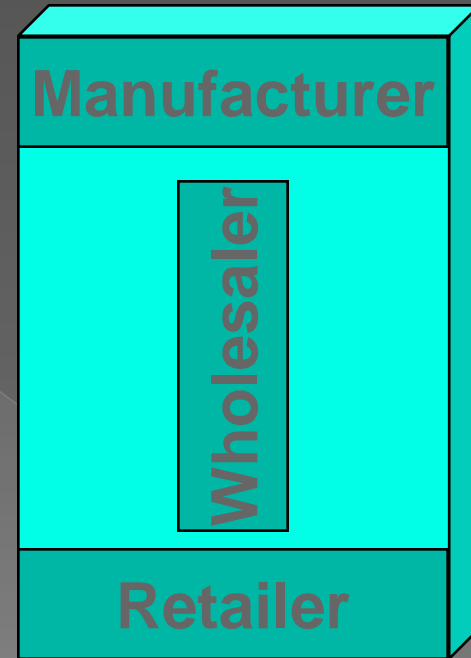


Retailer



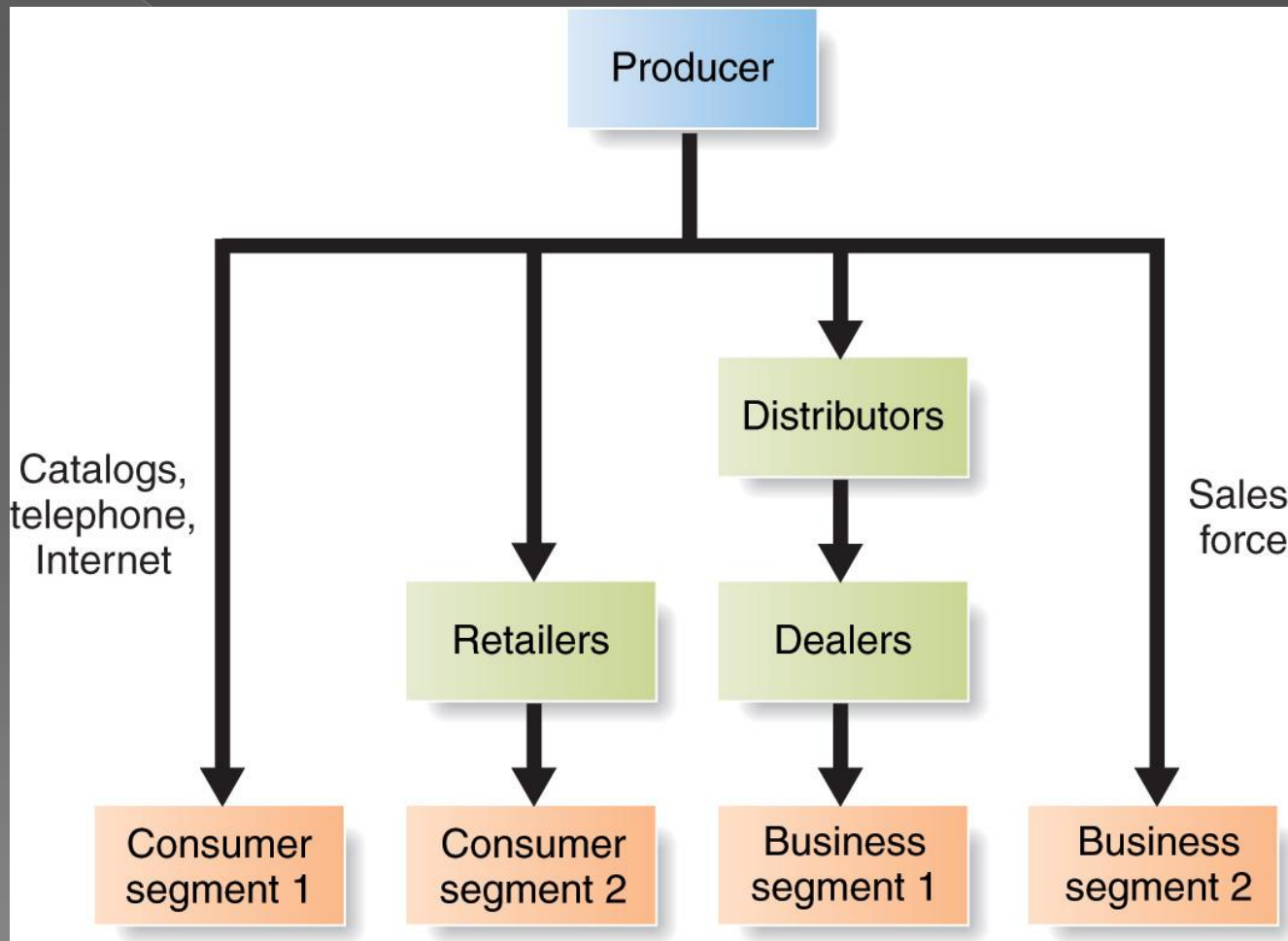
Consumer

Vertical marketing channel

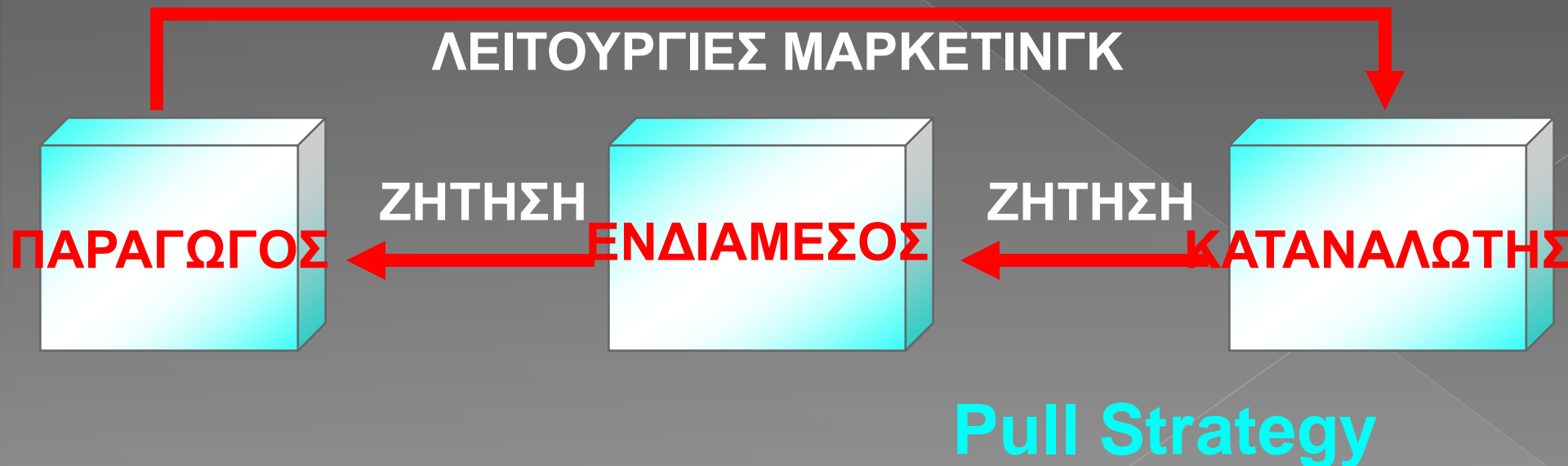


Consumer

7. Συστήματα ΜΚΤ (συνέχεια): πολλαπλά συστήματα



ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΩΘΗΣΗΣ ΕΝΑΝΤΙ ΕΛΞΗΣ



ΑΠΟΦΑΣΕΙΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΑΝΑΛΙΩΝ

ΕΠΙΛΟΓΗ



ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ



ΚΙΝΗΤΡΟΠΟΙΗΣΗ



ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ



Choosing a Distribution System

Conventional Marketing System

Multiple-Level Distribution Channel in Which Channel Members Work Independently of One Another.

Horizontal Marketing System

Two or More Firms at the Same Channel Level Work Together to Get Their Product to the Customer.

Example:

United Airlines and Lufthansa

Transportation Modes

Rail

Cost-effective for shipping bulk products
piggy-back, fishyback, birdyback.



Water

Low cost for shipping bulky, low-value,
non perishable goods, slowest form.



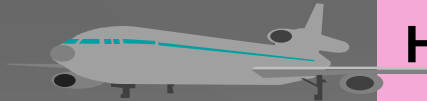
Truck

Most important cargoods, flexible.
rier for consumer



Air

High cost, ideal when speed is needed or
distant markets have to be reached



Pipeline

Carry petroleum based products,
very low cost, requires little energy.



Internet

Web sites have products available, used
especially for services.

