

Оцінка впливу конкуренції на ефективність каналів збуту



Конфлікт каналів

Вертикальний конфлікт — це конфлікт, який виникає між двома різними типами учасників каналу — скажімо, виробником, агентом, оптовиком або роздрібним продавцем.

Горизонтальний конфлікт — це конфлікт, який виникає між організаціями одного типу — скажімо, двома виробниками, кожен з яких хоче, щоб потужний оптовик продавав лише його продукцію.

Приклад вітрини в магазині

Виробництво маркетингових і рекламних матеріалів, які їхні торгові партнери можуть використовувати для цілей продажу, також може сприяти співпраці між компаніями. Прикладами є вітрини в магазинах, брошури, банери, фотографії для веб-сайтів і реклама, які партнери можуть налаштувати за допомогою власних логотипів та інформації про компанію.

Приклад вітрини від постачальника м'яса Boar's Head (<https://boarshead.com>) для своїх партнерів



Типи вертикальних маркетингових систем

- *Корпоративна вертикальна маркетингова система* оптимізує процес, об'єднуючи всі елементи каналу розподілу, від виробництва до магазинів, у власність однієї компанії. організація збуту;
- У *контрактних вертикальних маркетингових системах* частини каналу розподілу продовжують працювати як окремі цілі;
- *Адміністровані вертикальні системи маркетингу* не використовують ані формальних договірних зобов'язань, ані корпоративної власності на канал розподілу. Натомість один учасник каналу розподілу володіє достатньою владою, як правило, незважаючи на величезний розмір, щоб ефективно контролювати діяльність інших учасників каналу розподілу.

7 порад, які допоможуть вирішити конфлікт каналів

- Визнайте конфлікт
- Оцініть ризики та можливості перед розширенням
- Повідомте дистриб'юторів
- Приймайте відгуки та критику
- Розвивайте довіру за допомогою маркетингу
- Вимагайте свою територію
- Розгляньте приватне маркування

Наслідки цінової боротьби

3

Effects of price battling:

Ланцюгова
реакція –
бренд і
продукт
втрачають
цінність



Боротьба за
ціни може
послабити
канал
розподілу



Стагнація
продажів

Способи уникнення конфліктів каналів

- Пропонуйте ексклюзивні продукти
- Не дозволяйте занадто багато торговельних посередників у розподіленій зоні
- Політика та моніторинг роздрібної роздрібної ціни