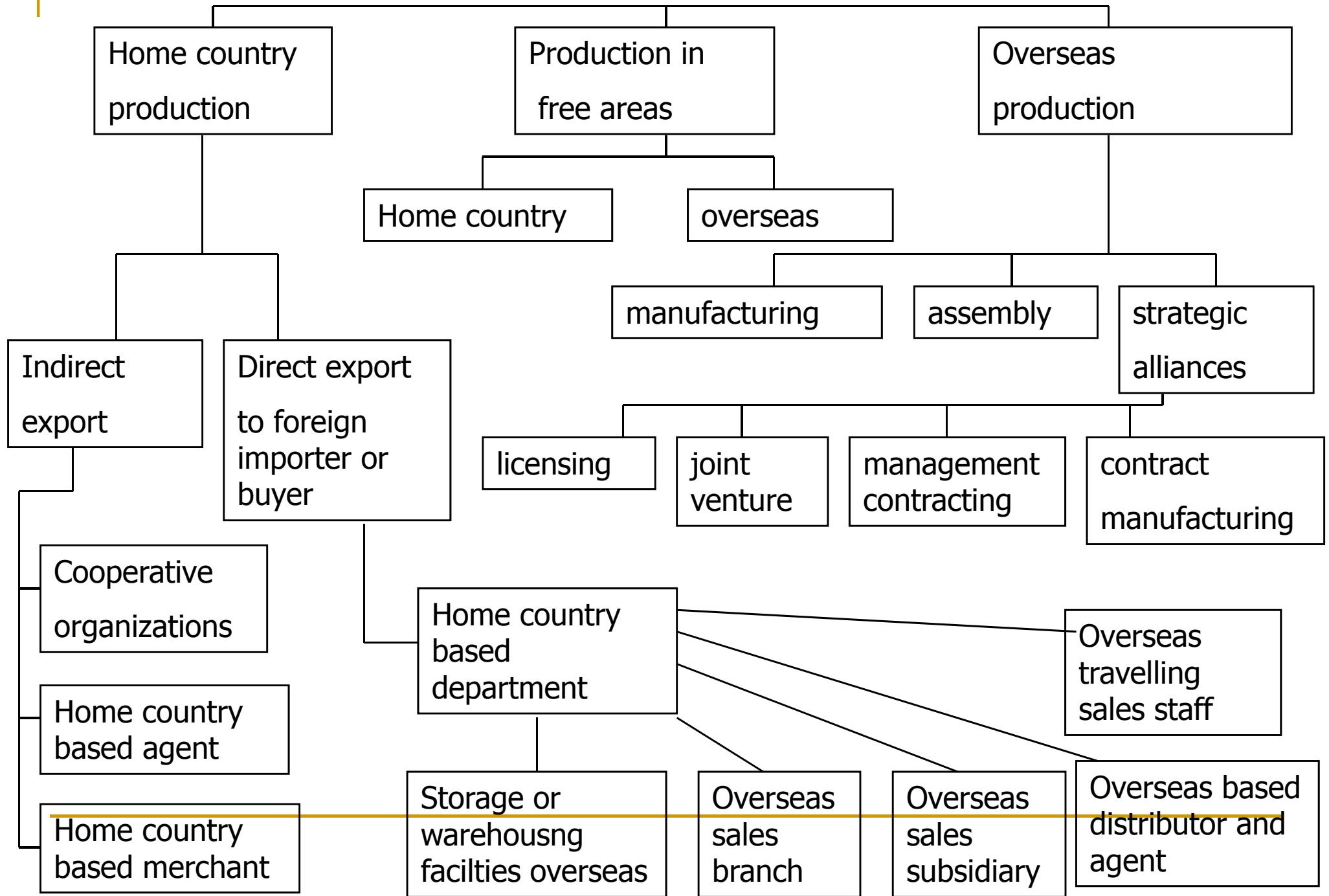

Distribuce v EU

Distribuce



- Kanál – hlavní spojení se zákazníkem – přímá vs nepřímá distribuce (?počet článků – prostředníků)
- Dlouhodobý nástroj!!!
- Velká závislost s ostatními prvky – cena (náklady a marže), produkt (charakter produktu – mj. míra intenzity distribuce – spotřební velkoobrátkové zboží, produktový mix), komunikace
- Marketingová strategie, cíle – segmenty a umístování
- Kontrola a riziko, koordinace a motivace – délka kanálů
- Článek – prostředník:
- Typ (vlastní zástupce se sídlem v zemi podniku **nezávislý** ↔ velkoobchodník v zemi dovozu – v roli zákazníka)
- Velikost
- Geografické pokrytí (+ intenzivní, selektivní, exkluzivní)
- Znalost produktu, trhu (pozice prostředníka)
- odbornost a specializace
- Možnosti kontroly, ovlivňování, flexibility... →
- Přidávání hodnoty?
- Výše marže?
- Možnosti prostředníků (např. kapacita, podpora...)

Alternative basic international channels



Metoda 9 „C“ - jednotlivé C optikou distribuce!!!!

Cateroa; Czinkota a Ronkainen

- **customers/consumers and their characteristics** - kdo nakupuje, kdo rozhoduje, kdo se podílí na nakupování, věk, pohlaví, pozice, profese, příjem, kupní síla, sídlo, bydliště.....
- **culture** - kultura a kupní chování, pracovní doba/otvírací hodiny, svátky, dovolené, feminita vs maskulinita, ochota a vstřícnost k zákazníkovi, ekonomie času, důležitost osobního kontaktu, korupce, dárky, krádeže.....
- **character** - image distribučního kanálu (zákazníci, prodejní metody, lokalizace, vzhled prodejen.....)
- **capital** – pracovní, fixní, ztráty – na vytvoření a udržování d. kanálu
- **cost** - podpora článků, náklady spojené s obchodní marží – počátečné, udržovací a logistické
- **competition** – charakter, chování, používané nástroje, síla, koncentrace
- **coverage** – vzhledem k strateg. cílům a možnostem, konkurenci a zákazníkům – koncentrace, sortiment.....
- **continuity** – podmínky existence kanálu – ohrožení, rizika, příležitosti, trendy....
- **control** – možnosti, omezení a podmínky kontroly fungování distribuce – kontrola plnění funkcí článku – držení zásob, podpora poptávky, fyz. distribuce, poprodejní služby, poskytování úvěru

+++legislativa v „C“!!!!!! EU – antimonopolní opatření, státní monopol distribuce

~~+++cíle podniku (konzistence) – viz Jitona a „masový“ trh~~

+++komunikace, síla pozice v kanálu, znalosti a zkušenosti

Kriteria výběru „vzhledu“ kanálu:

Zdroje a schopnosti podniku:

- finanční
- Marketingové
- Materiální (budovy, zařízení...)
- Pozice – image, reputace

Produkt:

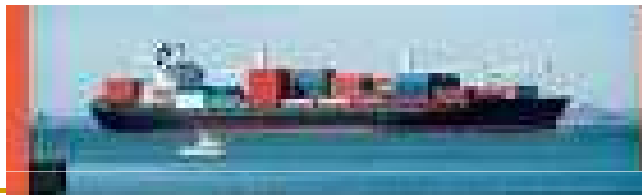
- Kvalita a sofistikovanost produktů
- komplementarita produktů
- znalost produktů
- Technické know-how
- Bezpečnost patentů a ochr. známek

Závazky:

- Ochota
- Zájem
- Pozitivní přístup/postoj
- Flexibilita
- nasazení

Umožňující faktory:

- Spojení s důležitými osobami – sítě)
- Kvalita vztahů s dalšími články(stakeholdery)
- ...



Odlišnosti:

- kulturní odlišnosti – Hofstede + jiné
 - spolky, asociace, sdružení...
 - družstva
 - Legislativa

 - <http://www.expordosrn.cz/40-prakticke-informace/100255-export-zbozi.html>
 - <http://exporter.ihned.cz/>
 - <http://www.businessinfo.cz/cz/rubrika/evropska-unie/1000442/>
 - <http://www.businessinfo.cz/cz/rubrika/velka-britanie/1000687/>
 - <http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/nemecko/nemecke-domy-proexportni-instrument-srn/1000636/50874/>
-