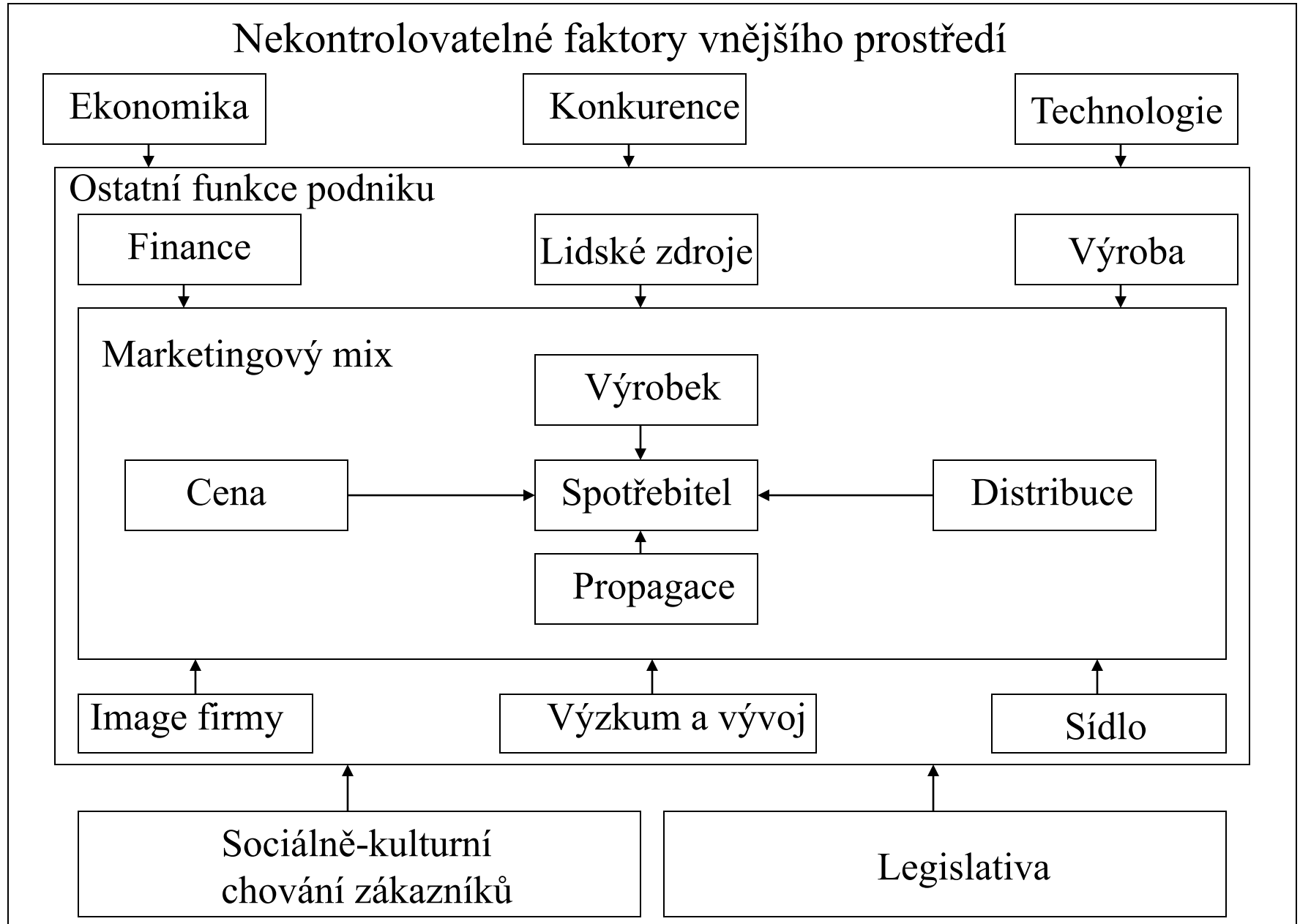
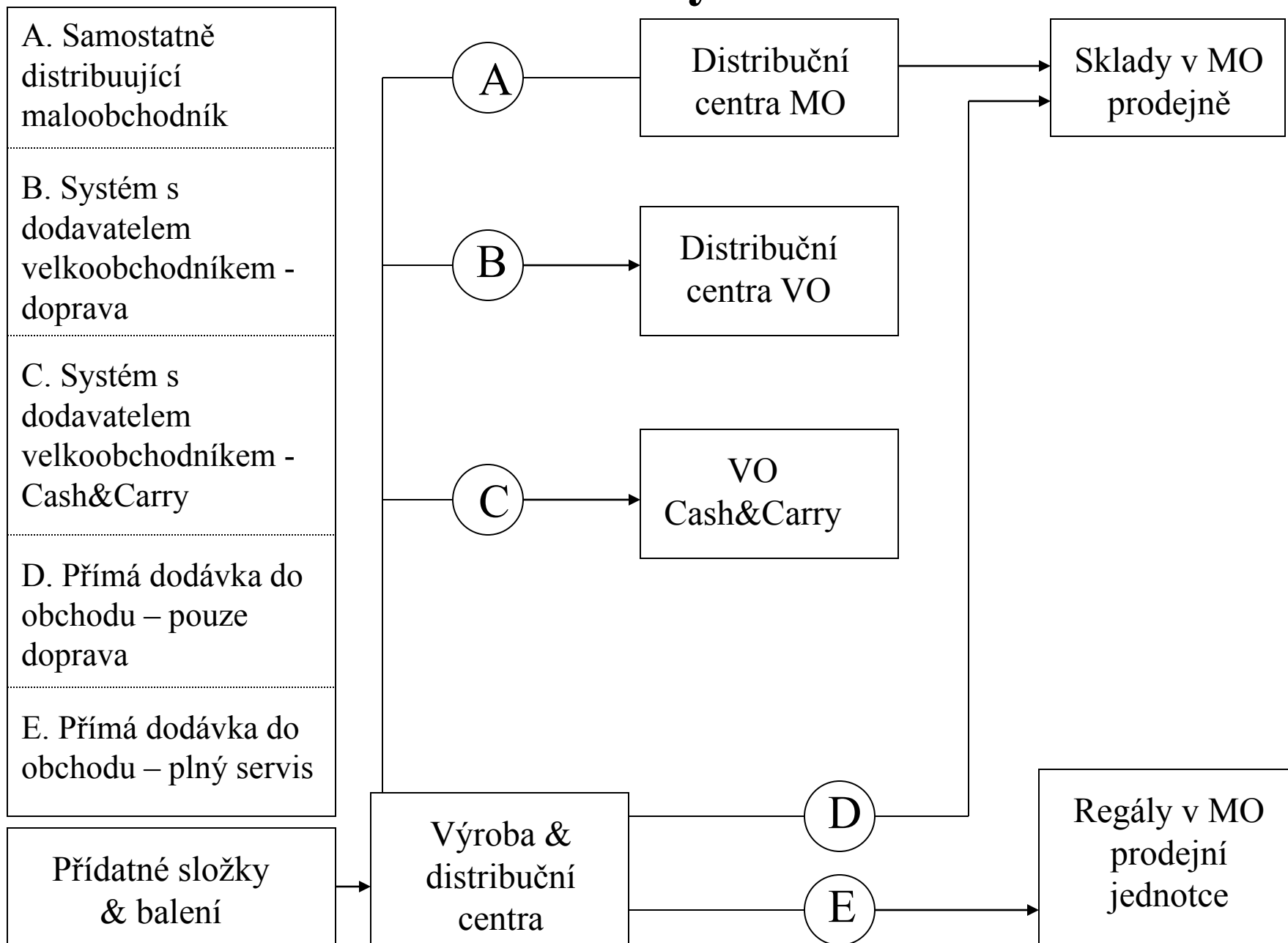


Model strategie marketingového mixu

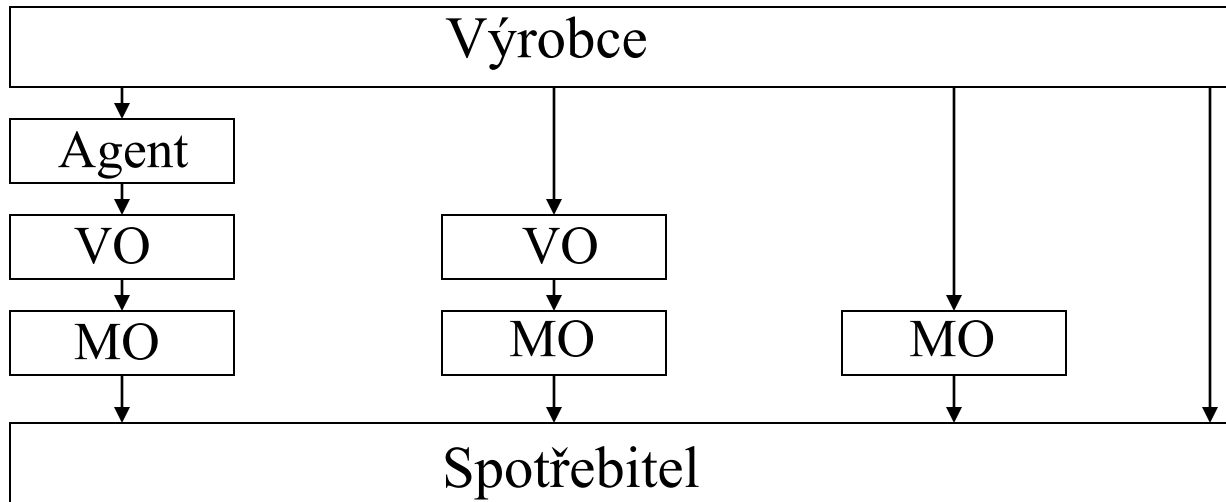


Základní formy distribuce

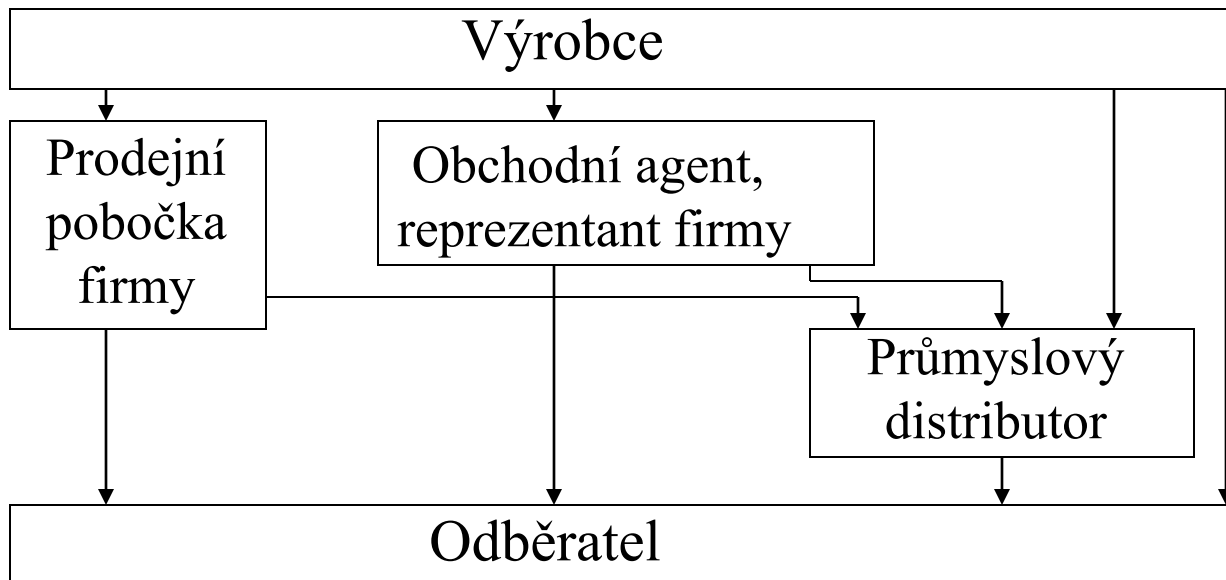


Alternativní struktury distribuce

a) Spotřební zboží



b) Výrobní prostředky



Toky v distribučních cestách

1. Tok produktů
2. Tok obchodních jednání
3. Tok vlastnictví produktu
4. Informační tok
5. Propagační tok

Schéma rozhodování o struktuře distribuční cesty

1. Rozpoznání potřeby rozhodnutí o struktuře distribuční cesty



2. Definice a koordinace distribučních cílů



3. Specifikace úkolů distribuce



4. Charakteristika alternativ struktury distrib. cesty



5. Identifikace relevantních proměnných

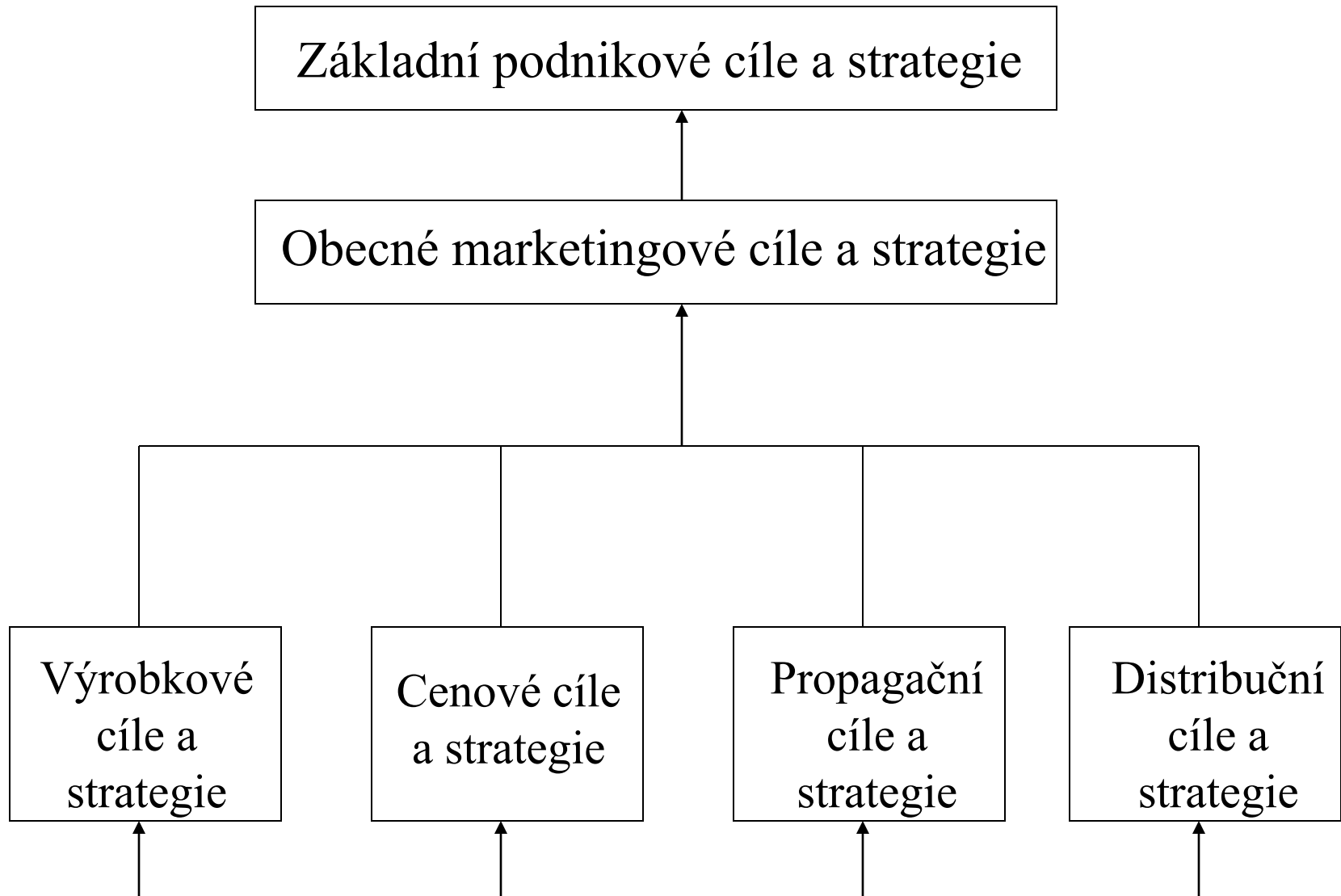


6. Výběr optimální struktury distribuční cesty

Rozpoznání změny distribuční cesty

1. Nový výrobek
2. Nový trh
3. Změna v ostatních částech marketingového mixu
4. Založení nové firmy nebo pobočky
5. Přeměna stávajících prostředníků a zprostředkovatelů
6. Změny vnějšího prostředí
7. Konfrontace cílů a dosažených výsledků

Vztahy podnikových cílů a strategií



Specifikace distribučních funkcí

1. Sběr informací na cílovém trhu
2. Podpora prodeje na cílovém trhu
3. Řízení zásob
4. Evidence a vyřizování zakázek
5. Doprava
6. Poskytování služeb (úvěr, montáž, servis, balení atd.)
7. Řešení reklamací

Dimenze alternativ distribuční cesty

1. Počet úrovní distribuční cesty
2. Intenzita úrovní distribuční cesty
 - intenzivní distribuce
 - exkluzivní distribuce
 - selektivní distribuce
3. Výběr prostředníků a zprostředkovatelů

Počet možných struktur distribuční cesty (PMS):

$$PMS = P_{\text{ú}} * P_{\text{i}} * P_{\text{d}}$$

Proměnné ovlivňující distribuční cestu

1. Tržní proměnné

1.1 Geografie trhu

1.2 Velikost trhu

1.3 Hustota trhu

1.3 Chování trhu

Proměnné ovlivňující distribuční cestu

2. Výrobové proměnné

2.1 Velikost a váha výrobku

2.2 Trvanlivost

2.3 Jednotková cena výrobku

2.4 Stupeň standardizace

2.5 Technická náročnost

2.6 Módní novinky

Proměnné ovlivňující distribuční cestu

3. Podnikové proměnné

3.1 Velikost podniku

3.2 Finanční kapacita podniku

3.3 Kvalifikovanost a profesionalita
managementu

3.4 Podnikové cíle a strategie

Proměnné ovlivňující distribuční cestu

4. Proměnné ve vztahu k obchodním mezičlánkům

4.1 Disponibilita distributorů

4.2 Náklady na distributory

4.3 Rozsah a kvalita služeb distributorů

Proměnné ovlivňující distribuční cestu

5. Proměnné vnějšího prostředí
6. Behaviorální proměnné