

УДК 658.8
ББК 65.291.33
С65

Издано при содействии компании
«Юнит-Консалтинг» и группы компаний
«Системные Технологии»

Сорокина Т.

С65 Система дистрибуции: Инструменты создания конкурентного преимущества / Татьяна Сорокина. — М.: Альпина Паблицер, 2015. — 150 с.

ISBN 978-5-9614-4798-9

Сегодня уже недостаточно просто произвести продукт — нужно грамотно довести его до конечных потребителей. Для того чтобы решить эту задачу, необходима правильно выстроенная модель дистрибуции. Причем в условиях постоянно меняющихся рынков крайне важно быть готовым к тому, что систему придется непрерывно совершенствовать и при этом любой неверный шаг сразу же приведет к снижению продаж, а значит, и прибыли.

Эта книга расскажет о том, как разработать и внедрить оптимальную для вашего бизнеса модель дистрибуции и постоянно поддерживать ее в актуальном состоянии, так, чтобы она соответствовала всем вызовам современных отечественных рынков.

УДК 658.8
ББК 65.291.33

Все права защищены. Никакая часть этой книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме и какими бы то ни было средствами, включая размещение в сети Интернет и в корпоративных сетях, а также запись в память ЭВМ для частного или публичного использования, без письменного разрешения владельца авторских прав. По вопросу организации доступа к электронной библиотеке издательства обращайтесь по адресу tylib@alpina.ru

© Татьяна Сорокина, 2015
© ООО «Интеллектуальная
Литература», 2015

ISBN 978-5-9614-4798-9

Содержание

Предисловие	5
Благодарности	9
Глава 1. Модели дистрибуции:	
проектирование и оптимизация	11
Проектирование модели дистрибуции	15
Кейс. Планирование каналов и их структуры <i>под ассортимент</i>	19
Планирование продаж по каналам	22
Оптимизация дистрибуции	33
Кейс. Внедрение правил работы в дистрибуторскую сеть ...	34
Глава 2. Дистрибуторский	
канал и правила его работы	37
Тенденции развития дистрибуции на зарубежных и российском рынках	38
Дистрибутор: функции, задачи, статус	43
Кейс. Структура дилерской сети	50
Дистрибуторский бизнес: взгляд изнутри	53
Кейс. Развитие дистрибуторского канала	57
Мотивация дистрибутора	60
Внутрикорпоративный документ «Коммерческая политика» ...	64
Кейс. Коммерческая политика: основные принципы	67
Особенности сотрудничества с дистрибуторами	71

Глава 3. Резервы роста продаж в дистрибуторском канале	75
Резерв роста продаж за счет повышения качества проработки дистрибутором клиентов	77
Кейс. Успешное увеличение продаж через дистрибутора в розницу	79
Планирование продаж дистрибутора	82
Стимулирование сбыта в торговых каналах	91
Эффективные акции торгового маркетинга: конкурсы	97
Производитель и дистрибутор: совместный план рекламы и стимулирования сбыта	106
Кейс. Программа повышения лояльности розничного звена (совместная с дистрибутором)	112
Маркетинговые коммуникации	115
Глава 4. Оценка эффективности системы дистрибуции	125
Основные затраты на дистрибуцию	127
Методика WFM-анализа для оценки возможного роста продаж	133
Заключение	141
Приложение	143
Список рекомендованной литературы	147
Список использованной литературы	149