

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой: <https://stuservis.ru/otchet-po-praktike/33371>

Тип работы: Отчет по практике

Предмет: Маркетинг

Оглавление

1. Характеристика предприятия 3
2. Характеристика системы сбыта 4

2. Характеристика системы сбыта

Заполним таблицу 3.

Таблица 3

Характеристики системы сбыта предприятия

Характеристика Вид Форма проявления на предприятии Факторы выбора

Форма сбыта собственная оказание компанией услуг под заказ напрямую непрофессиональным клиентам по индивидуальному макету заказчика осуществление всех сбытовых функций непосредственно подразделениями и филиалами

Методы сбыта прямой координация хозяйственных связей и деловых отношений с покупателями полное управление сбытовой деятельностью

Тип системы сбыта в зависимости от координации традиционная корпоративная управление всей сбытовой деятельностью предполагает осуществление целенаправленной деятельности каждым из субъектов системы независимо от других исходя исключительно из индивидуальных интересов и ответственности

Представьте схему каналов сбыта предприятия, определив при этом факторы выбора и основные параметры каналов сбыта, также определите вид конкуренции в каналах сбыта.

Реализацию продукции ООО «ПрофАльянс» можно свести к двум типам каналов сбыта: прямым и косвенным.

1. Канал нулевого уровня сбыта (канал прямого маркетинга), представлен на рисунке 1:

Рисунок 1 - Канал сбыта нулевого уровня

Спецификой данного канала является оказание компанией услуг под заказ напрямую непрофессиональным клиентам по индивидуальному макету заказчика.

Достоинством системы прямого сбыта продукции является возможность производителя контролировать весь путь движения продукции до конечного заказчика и условия ее продажи, а также возможность непосредственно контролировать реакцию заказчиков на оказываемые сопутствующие услуги (доставку, консультирование).

2. Одноуровневый канал сбыта ООО «ПрофАльянс» (рисунок 2)

Рисунок 2 - Одноуровневый канал сбыта ООО «ПрофАльянс»

Роль посредника между производителем воздушных фильтров и потребителем осуществляет рекламное агентство, в функции которого входит закупка в больших объемах продукции у производителя, с последующей реализацией заказа клиенту от своего имени. От заказа рекламные агентства получают компенсацию в виде комиссионного вознаграждения или гонораров. Обычно агентство получает 10%-ную скидку от стоимости заказа.

Все существующие рекламные агентства можно разделить на три вида:

1. Рекламные агентства полного цикла,
2. Специализированные рекламные агентства,
3. Рекламные агентства-посредники.

ООО «ПрофАльянс» сотрудничает с агентствами всех трех видов.

Данный канал сбыта предпочтительней для ООО «ПрофАльянс» и основные усилия компании направлены

на работу именно по данному направлению. Сотрудничая с агентствами можно добиться систематичности продаж, гарантирующих больше прибыли за счет количества и объемов заказов с одной стороны.

Определите корпоративную миссию предприятия и основные конкурентные преимущества предприятия, отразив результаты в табл.4

Миссия ООО «ПрофАльянс» заключается в следующем:

- 1) содействие развития бизнеса своих клиентов, обеспечивая легкую, быструю и надежную коммуникацию с их покупателями;
- 2) профессионализм в своем деле, повышение информированности и компетентности своих клиентов в технических тонкостях и особенностях оказываемых услуг.

-

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой: <https://stuservis.ru/otchet-po-praktike/33371>