



Αλυσίδα εφοδιασμού κρέατος και τυριού

Κανάλι Διαμονής

- Κανάλι διανομής είναι μια αλυσίδα επιχειρήσεων ή διαμεσολαβητών μέσω των οποίων ένα προϊόν ή μια υπηρεσία διέρχεται έως ότου φτάσει στον τελικό αγοραστή ή τον τελικό καταναλωτή.
- Τα κανάλια διανομής μπορούν να περιλαμβάνουν τους χονδρεμπόρους, τους διανομείς, τους εμπόρους λιανικής πώλησης, ακόμη και το διαδίκτυο.



Η Διαμονή

- Διανομή είναι η διαδικασία διάθεσης ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας στους καταναλωτές ή τους επιχειρηματίες που το χρειάζονται. Η διανομή αποβλέπει στη διάθεση του προϊόντος σε όσο το δυνατό μεγαλύτερο αριθμό καταναλωτών.
- Αυτό μπορεί να γίνει είτε απευθείας από τον παραγωγό / πάροχο υπηρεσιών είτε χρησιμοποιώντας έμμεσα κανάλια με διανομείς ή μεσάζοντες.



Εφοδιαστική Αλυσίδα

Εφοδιαστική αλυσίδα ορίζεται ένα σύνολο τριών ή περισσότερων οντοτήτων (οργανισμών, επιχειρήσεων ή ατόμων) που εμπλέκονται άμεσα στις ροές προϊόντων, υπηρεσιών, χρημάτων και/ή πληροφοριών από την πηγή των πρώτων υλών προς τον τελικό αγοραστή.



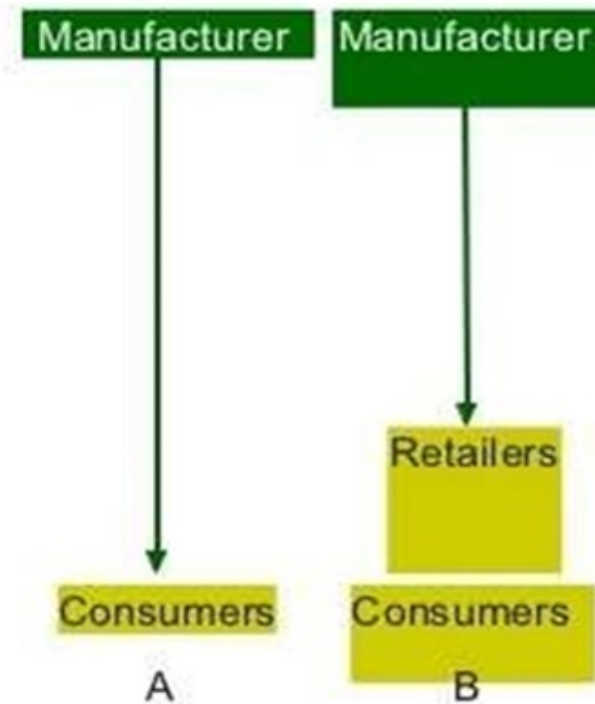
Μοντέλα Εφοδιαστικής Αλυσίδας

A Μοντέλο:

- ο παραγωγός
- ο τελικός αγοραστής

B Μοντέλο:

- ο παραγωγός
- ο πωλητής
- ο τελικός αγοραστής



Μοντέλα Εφοδιαστικής Αλυσίδας

Γ Μοντέλο:

- ο παραγωγός
- ο χονδρέμπορος μεταποιητής
- ο πωλητής
- ο τελικός αγοραστής

Δ Μοντέλο:

- ο παραγωγός
- ο αντιπρόσωπος
- ο χονδρέμπορος
- ο πωλητής
- ο τελικός αγοραστής



Διαδικασία Επιλογής Καναλιών Διαμονής

- 1) αναγνώριση πελατών-στόχων
- 2) προσδιορισμός των καταναλωτικών συνηθειών σχετικά με τα υπό εξέταση προϊόντα
- 3) προσδιορισμός της θέσης των δυνητικών πελατών
- 4) λίστα εναλλακτικών καναλιών
- 5) αξιολόγηση εναλλακτικών καναλιών
- 6) επιλογή μελών καναλιού



Αξιολόγηση του Μελλοντικού Καναλιού Διανομής

- ο Πιστωτική και οικονομική κατάσταση του διανομέα
- ο Δύναμη πωλήσεων
- ο Φήμη
- ο Κάλυψη αγοράς
- ο Απόδοση πωλήσεων



Αξιολόγηση του Μελλοντικού Καναλιού Διανομής

- Διαδοχική διαχείριση
- Ικανότητα διαχείρισης
- Συμπεριφορά
- Μέγεθος



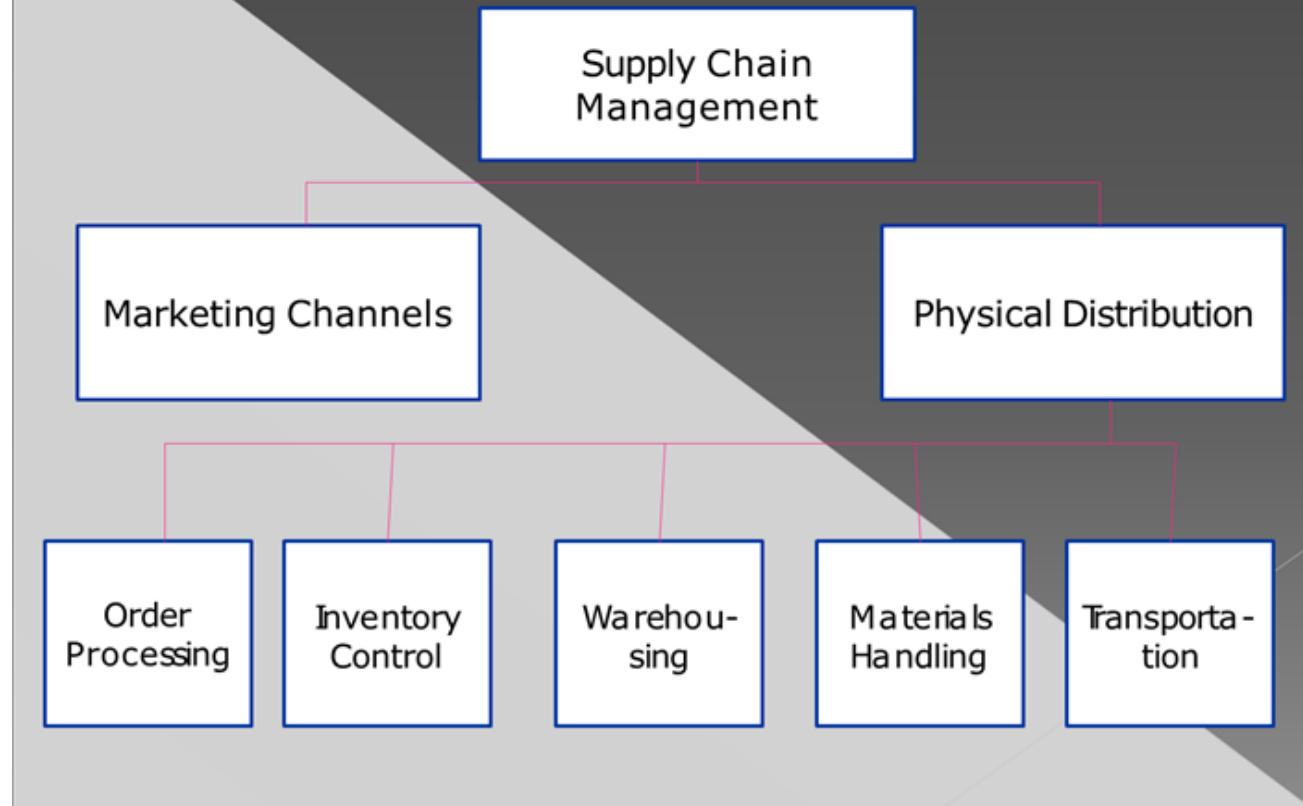
Ένταση της Κάλυψης της Αγοράς

Σημαντικές στρατηγικές κάλυψης

- **Εντατική διανομή:** Μια εταιρεία χρησιμοποιεί όλα τα διαθέσιμα σημεία διανομής για να διαθέσει το προϊόν της στους πελάτες
- **Επιλεκτική διανομή:** Οι εταιρείες χρησιμοποιούν επιλεκτική διανομή, που σημαίνει ότι χρησιμοποιούν περισσότερα από λίγα και λιγότερα από όλα τα διαθέσιμα καταστήματα σε μια περιοχή αγοράς για τη διανομή προϊόντων
- **Αποκλειστική διανομή:** Εκεί όπου ο παραγωγός παρέχει αποκλειστικά δικαιώματα πώλησης σε μεσάζοντες σε μια συγκεκριμένη περιοχή



Supply Chain Management



Κανάλια Μάρκετινγκ

Κάθετα συστήματα μάρκετινγκ

- Αυτό αναφέρεται σε ένα σύστημα στο οποίο ολόκληρο το κανάλι εστιάζει στην ίδια αγορά (target market) στο τέλος του καναλιού.

Οριζόντια συστήματα μάρκετινγκ

- Αυτό το σύστημα συμβαίνει όταν δύο ή περισσότερες συνδεδεμένες ή μη συνδεδεμένες εταιρείες που εργάζονται στο ίδιο επίπεδο συγκεντρώνονται για να εκμεταλλευτούν τις ευκαιρίες μάρκετινγκ

Σύστημα μάρκετινγκ πολλαπλών καναλιών (Hybrid Channels)

- Ορισμένες εταιρείες χρησιμοποιούν ταυτόχρονα διάφορα κανάλια μάρκετινγκ για να προσεγγίσουν διαφορετικές αγορές-στόχους (target market)



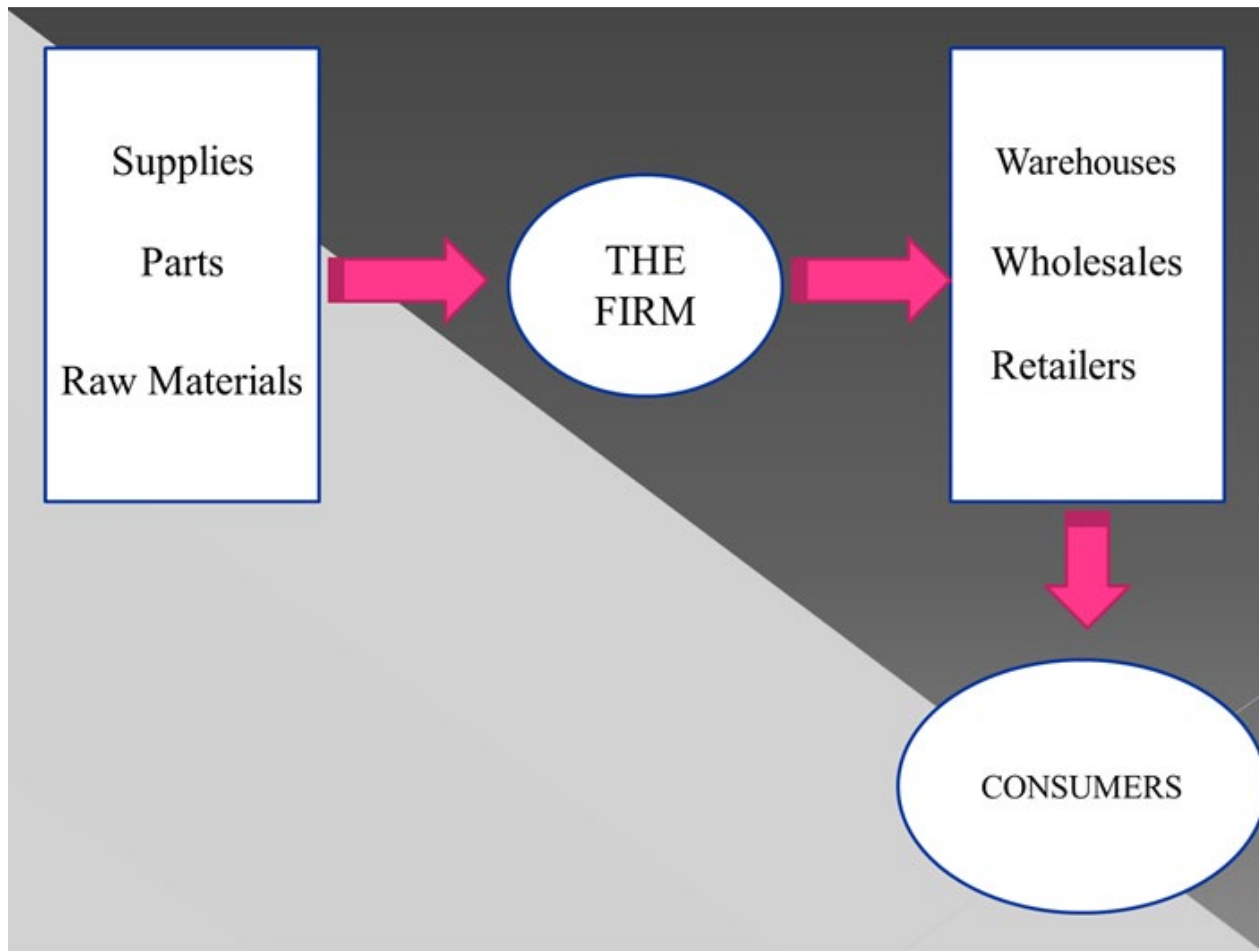
Φυσική Διανομή (logistics)

Η φυσική διανομή είναι αυτή η λειτουργία μάρκετινγκ που διευκολύνει τη μεταφορά αγαθών από τον κατασκευαστή στην τοποθεσία των τελικών χρηστών.

Περιλαμβάνονται: η διευθέτηση των παραγγελιών, οι μεταφορές, η διοίκηση αποθεμάτων, η αποθήκευση και η εξυπηρέτηση του πελάτη.



Φυσική Διανομή (logistics)



Φυσική Διανομή (logistics)

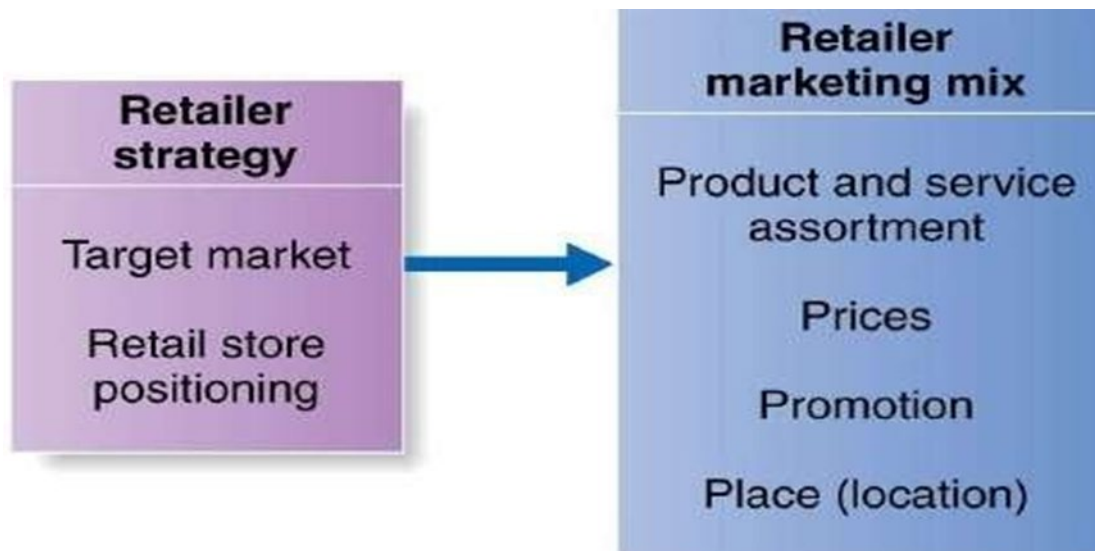
Οι στόχοι της φυσικής διανομής είναι

- 1) Βελτίωση εξυπηρέτησης πελατών
- 2) Μείωση του κόστους διανομής
- 3) Δημιουργία βοηθητικών προγραμμάτων ώρας και τόπου
- 4) Σταθεροποίηση τιμών
- 5) Επιρροή στις αποφάσεις των καναλιών
- 6) Έλεγχος των εξόδων αποστολής



Λιανική Πώληση

- Όλες οι δραστηριότητες που εμπλέκονται στην πώληση αγαθών ή υπηρεσιών απευθείας στους τελικούς καταναλωτές για προσωπική τους χρήση.
- Λιανοπωλητής είναι εκείνος του οποίου η επιχείρηση πωλεί κυρίως στον τελικό καταναλωτή.



Λιανική Πώληση

Λειτουργίες των λιανοπωλητών:

- Ευκολία
- Εγγύηση και service
- Χρηματοδότηση
- Προβολή
- Αποθήκευση
- Νοημοσύνη
- Πράκτορες αγοράς



Χονδρικό Εμπόριο

- Όλες οι δραστηριότητες που σχετίζονται με την πώληση αγαθών και υπηρεσιών σε όσους αγοράζουν για μεταπώληση ή επαγγελματική χρήση.

Οι ακόλουθες συναλλαγές θεωρούνται χονδρικές:

- την πώληση μιας μονάδας υπολογιστή για χρήση γραφείου
- η πώληση ζάχαρης ως πρώτη ύλη για καραμέλες
- την πώληση βιβλίων σε πανεπιστήμιο και
- την πώληση λαχανικών σε έναν λιανοπωλητή



Χονδρικό Εμπόριο

Λειτουργίες του χονδρέμπορου:

- Πρόβλεψη των αναγκών των πελατών
- Πώληση και προώθηση
- Χρηματοδότηση
- Αποθήκευση
- Μεταφορά
- Ανάλυση κινδύνων



Σας ευχαριστώ πολύ!

