Потребительские сегменты

Потребителю сегодня предлагается огромное количество торговых марок канцелярской продукции, названия которых, как правило, ничего для потребителя не значат. Поэтому при выборе канцтоваров покупатель ориентируется не столько на эти многочисленные названия, сколько на страну, в которой товары произведены.

Уровни каналов сбыта

Прямые каналы сбыта – характеризуются отсутствием независимых посредников. То есть производитель самостоятельно и напрямую реализует продукцию покупателям. Сделать это он может различными способами: через собственные (фирменные) магазины; торговля в разнос ; продажа товаров через Интернет.

Непрямые (косвенные) каналы сбыта – в процессе дистрибуции принимает участие один или несколько посредников. В зависимости от числа посредников (длины) непрямые каналы сбыта подразделяются на ряд разновидностей: одноуровневый – с единственным посредником. двухуровневый – здесь мы имеем дело уже с двумя посредниками. трех- и более уровневый – по аналогии, это канал дистрибуции с 3-мя и большим числом посредников Когда предприятие одновременно использует и прямые и косвенные каналы распределения, такая система сбыта называется комбинированной
