

# PRODEJNÍ CESTY

## DISTRIBUČNÍ SYSTÉMY

PLACE = distribuce

- \* důležitý nástroj MARKETINGU
- \* řešení problému KOMU a KDE se budou výrobky prodávat ve správném okamžiku
- \* zboží se dostává k zákazníkům prostřednictvím DISTRIBUČNÍCH KANÁLŮ = prodejních cest
  - = spojení mezi výrobcem a spotřebitelem /kupujícím/
  - = jsou PŘÍMÉ a NEPŘÍMÉ

PRODEJNÍ CESTA funguje jako SYSTÉM

= jde o plynulý tok zboží, vlastnických práv, informací, plateb, stimulování prodeje  
= přetváření úzkého výrobního sortimentu na široký sortiment obchodní /zákazník vyžaduje širokou nabídku zboží v menším množství/

### **PŘÍMÁ distribuční cesta**

VÝROBCE ... ZÁKAZNÍK

VÝHODY: + přímý kontakt a komunikace se zákazníkem  
+ účinná zpětná vazba  
+ nižší náklady /bez mezičlánků/

NEVÝHODY: + mnoho kontaktů a velký počet partnerů  
+ nutnost prezentace výrobků /katalogy, propagační akce/ - drahé  
+ neekonomičnost u zboží širokého použití

### **NEPŘÍMÁ distribuční cesta**

přes MEZIČLÁNKY

VÝHODY: + prodej zboží účinnějším způsobem  
+ méně finančních prostředků /není nutné budovat sklady, servis/  
+ některé činnosti nemusí zajišťovat výrobce, ale MEZIČLÁNEK /budování distribuční sítě, kontaktů, doplňkový sortiment/

NEVÝHODY: + výrobce ztrácí kontrolu nad zbožím /prodávání přes MEZIČLÁNEK/  
+ nemá informace o konečném spotřebiteli  
+ musí motivovat MEZIČLÁNKY, aby prodávaly  
+ závislost výrobce na marketingové strategii MEZIČLÁNKŮ

### **ZÁKLADNÍ TYPY DISTRIBUČNÍCH CEST**

Výrobce...spotřebitel

Výrobce...maloobchod...spotřebitel

Výrobce...velkoobchod...spotřebitel

Výrobce...velkoobchod...maloobchod...spotřebitel

Výrobce...ZPROSTŘEDKOVATEL...velkoobchod...maloobchod...spotřebitel

Výrobce...velkoobchod...ZPROSTŘEDKOVATEL...maloobchod...spotřebitel

## **FUNKCE DISTRIBUČNÍCH CEST**

Všechny jsou nezbytné.

- 1/ OBCHODNÍ = zahrnuje aktivity, které přímo ovlivňují pohyb zboží mezi výrobcí, distribučními články a zákazníky /stimulace prodeje reklamou, osobním prodejem/
- 2/ LOGISTICKÁ = činnosti potřebné k zajištění distribuce zboží od výrobce ke spotřebiteli  
= doprava, skladování, kompletace zboží, speciální balení, montáž
- 3/ PODPŮRNÉ = pomáhají zjednodušit a usnadnit pohyb zboží od výrobce ke spotřebiteli  
= MEZIČLÁNEK získává informace od zákazníků a předává je výrobcí,  
SWOT analýza, nové módní trendy, očekávaný objem prodeje