Zakończenie pracy magisterskiej z początku wieku

W ostatnich latach obserwuje się tendencję spłycania i poszerzania kanałów dystrybucji. Zmniejsza się liczba etapów oddzielająca producenta od konsumenta, ale – z drugiej strony – pojawia się coraz więcej możliwości dokonania zakupów, tym samym zwiększa się prawdopodobieństwo zauważenia marki przez konsumenta. Doroczne przeglądy stanowiące element planu marketingowego powinny zauważać nowe tendencje i zmiany w kanałach dystrybucji.

Ważną rolę w wyborze kanału dystrybucji odgrywa wygoda zakupu – trzeba dostosować je do nowego stylu życia konsumentów i oferować mu towary wtedy, gdy mu to odpowiada. Marketingowa orientacja przedsiębiorstwa wymaga przywiązywania większej wagi do dystrybucji towarów, jest ona bowiem potencjalnym obszarem znacznych oszczędności kosztów i zwiększania satysfakcji klienta.

W wyniku przeprowadzonej analizy sieci dystrybucyjnej firmy Optimus można wyciągnąć następujące wnioski:

- sieć dystrybucyjna firmy Optimus obejmuje Centralę w Nowym Sączu wraz z Oddziałem w Bydgoszczy, firmy Grupy Optimus funkcjonujące jako samodzielne spółki oraz sieć autoryzowanych dealerów;
- firma Optimus realizuje sprzedaż za pomocą wielu pośrednich i bezpośrednich kanałów dystrybucji;
- udział kanałów pośrednich w latach 1999 i 2001 wynosił 75% całości sprzedaży;
- udział podstawowego kanału jakim jest sieć dealerska w 2001 r. wynosił 51% i zwiększył się w ostatnich 3 latach o 2%;

- w 2001 zmniejszyła się o 14% w porównaniu do 1999 r. ilość autoryzowanych dealerów Optimus SA;
- udział dużych firm dealerskich w sprzedaży firmy systematycznie się zwiększa z 47% w roku 1999 do 51% w 2001;
- spada udział obcych sieci dystrybucyjnych i sieci handlowych w sprzedaży produktów firmy;
- dynamicznie rozwijającym się kanałem dystrybucji jest sprzedaż internetowa.

Mając na uwadze powyższe należy uznać, że system dystrybucji w firmie Optimus S.A. przejął większość zachodnich standardów. Kanały stają się coraz krótsze, firma stara się aby jej produkty były sprzedawane przez dużą liczbę punktów nie zapominając jednak o wysokim standardzie obsługi i zadowoleniu klientów. W polityce dystrybucyjnej firmy widać ciągły kompromis między dostępnością do swoich produktów a globalnymi kosztami dystrybucji. Firma stara się znaleźć trzecią drogę czyli wypracować szeroki i łatwo dostępny kanał dystrybucji przy jednoczesnym minimalizowaniu kosztów fizycznej dystrybucji. Kanałem takim jest niewątpliwie sprzedaż internetowa. Coraz większa dostępność tego medium stale podnosi jego skuteczność, zachowuje wysoki standard obsługi, dużą wygodę zakupu oraz stosunkowo niskie koszty obsługi.

Firma Optimus S.A. dysponując wieloma różnymi kanałami dystrybucji stara się je dostosować do określonych typów zamówień i transakcji. Klient zamawiający system integracyjny nie musi zamawiać sprzętu z innych źródeł, jest on mu dostarczany natychmiast w formie jaka mu w konkretnej sytuacji najbardziej odpowiada. Pozwala na to efekt synergii powstający między różnymi profilami działalności przedsiębiorstwa. Wykorzystywanie tych okoliczności również prowadzi do ograniczenia kosztów dystrybucji przy jednoczesnym maksymalizowaniu zadowolenia klientów.

Jeśli szukają Państwo pomocy w napisaniu własnej pracy - potrzebują Państwo fachowych konsultacji to polecamy stronę

pisanie prac - profesjonalna pomoc w pisaniu prac w granicach prawa.