

Il canale distributivo

Prima e dopo Internet

Corso di Laurea in Scienze di Internet
Università di Bologna
Andrea De Marco

La distribuzione commerciale

- Il **canale distributivo** è un gruppo di imprese indipendenti che operano in modo coordinato per trasferire prodotti ed informazioni dal fornitore al consumatore
- Tre prospettive di analisi per il canale distributivo:
 1. In base al tipo di intermediario
 2. In base alla lunghezza del canale
 3. In base alle funzioni del canale

La distribuzione commerciale

Tipi di intermediari

- Commercianti
 - Grossisti
 - Dettaglianti
- Intermediari
 - Broker (mediatori)
 - Agenti di vendita
- Ausiliari
 - Spedizionieri
 - Depositi
 - Assicuratori

La distribuzione commerciale

Lunghezza del canale

- Per **lunghezza del canale** si intende il numero di stadi intermedi fra Prod e Cliente
- Canale diretto
 - porta a porta
 - vendita per corrispondenza
 - negozi di proprietà
- Canale a uno stadio (P - D - C)
- Canale a due stadi (P - G - D - C)
- Canale a tre stadi (P - I - G - D - C)

La distribuzione commerciale

Funzioni svolte

- Si individuano tre grandi gruppi di funzioni:
 - Funzioni **transazionali**
 - Funzioni **logistiche**
 - Funzioni di **facilitazione**
- Le funzioni **transazionali**
 - Comunicazione e promozione
 - Contatto personale
 - Negoziazione e perfezionamento formale
 - Assistenza e formazione al cliente

La distribuzione commerciale

Funzioni svolte

- Le funzioni **logistiche**
 - Adattamento commerciale (assortimento)
 - Trasporto
 - Magazzinaggio
- Le funzioni di **facilitazione**
 - Ricerca di marketing
 - Finanziamento
 - Assunzione del rischio
 - deperimento
 - furti
 - obsolescenza

La dinamica dei canali

Rapporti e conflitti

- Canali **convenzionali**
 - La lotta per il controllo del canale
 - La disintermediazione
- **Sistemi verticali di marketing**
 - SVM aziendali (controllo proprietario)
 - SVM amministrati (controllo economico)
 - SVM contrattuali (controllo contrattuale)
 - unioni volontarie
 - gruppi di acquisto
 - franchising

La dinamica dei canali

Le principali scelte

- **Numero** di intermediari
 - Distribuzione intensiva
 - Distribuzione selettiva
 - Distribuzione esclusiva
- **Compiti** dei partecipanti
 - Politica di pricing
 - Condizioni di vendita
 - Servizi di assistenza
- **Tipi** di intermediari

Scelta del canale

I fattori rilevanti

- Considerazioni sul **mercato**
 - Numero di acquirenti potenziali
 - Settori economici serviti
 - Concentrazione geografica
 - Dimensione media dell'ordine
- Considerazioni sul **prodotto**
 - Valore unitario
 - Deperibilità
 - Contenuto tecnologico

Scelta del canale

I fattori rilevanti (segue)

- Considerazioni sugli **intermediari**
 - Disponibilità di intermediari
 - Servizi forniti al produttore
 - Coerenza con le politiche del produttore
- Considerazioni sul **produttore**
 - Risorse finanziarie
 - Capacità del management
 - Volontà di controllo del canale
 - Politica di marketing del produttore
 - politiche push o pull

Le funzioni distributive

Il contributo di Internet

- Funzioni **transazionali**
 - Permette un contatto personalizzato, continuo e a basso costo con gli acquirenti
 - Molte funzioni vengono automatizzate
 - Il servizio kellysearch.com è un motore di ricerca di distributori
 - Il comportamento dei consumatori può essere monitorato e studiato in tempo reale
 - Gli shopping agent facilitano il match domanda-offerta
 - Il sito kelkoo.com premette ai consumatori di comparare rapidamente prezzi e caratteristiche dei prodotti

Land Rover permette ai consumatori di visionare gli optional on-line



Home | Trova un concessionario

VEICOLI PROPRIETARI AVVENTURE AZIENDA

Panoramica Range Rover Range Rover Sport **Discovery 3** Nuova Freelander Nuova Defender Veicoli usati aziendali

Discovery 3

- Panoramica
- Esterni
- Interni
- Foto e supporti multimediali
- Prezzi
- Modelli
- Specifiche
- Tecnologia di guida
- Sicurezza e protezione
- Accessori

Accessori

- Accessori
- Configuratore
- Reflection

TROVA UN CONCESSIONARIO


HAI BISOGNO DI AGGIORNARE LE MAPPE DEL TUO NAVIGATORE LAND ROVER?

PORTALE DELL'USATO LAND ROVER SELECTED

REGISTRO ITALIANO LAND ROVER

SCARICA UNA BROCHURE

RICHIEDI UN TEST DRIVE



GLI ACCESSORI DISCOVERY 3


Cerchi



Scegli l'eleganza dei **cerchi in lega**: sono quattro le opzioni innovative -tutte severamente testate Land Rover- per prestazioni altamente superiori alle normali situazioni di guida.

[Ingrandisci immagine](#)

Sistemi di carico



Dai porta attrezzature sportive agli equipaggiamenti da spedizione, i **sistemi di trasporto** Land Rover sono sempre in grado di gestire il carico. Scegli tra: portawindsurf/kayak, portapacchi (doppio fess), portaattrezzatura, porta...

[Scarica il catalogo Accessori \(1,45 mb\)](#)

[Versione stampabile](#)

Installa virtualmente...

[...gli accessori che desideri!](#)

Le funzioni distributive

Il contributo di Internet

- Funzioni logistiche
 - Distribuzione fisica di prodotti digitali
 - I prodotti venduti on-line spesso sono venduti anche attraverso altri canali
 - Nel caso dei prodotti digitali (testo, audio, video, software) la distribuzione fisica tradizionale non è conveniente
 - Aggregazione virtuale di prodotti (one stop shopping)
 - Diffusione crescente dell'outsourced logistics
 - È conveniente per le imprese far gestire a terzi l'intero processo dell'ordine, per assicurare una tempestiva spedizione della merce
 - UPS e Federal Express sono i maggiori attori mondiali

C|net – download offre la distribuzione digitale di software

On TechRepublic: 10 illegal

c|net **DOWNLOAD.com**
SAFE, TRUSTED, AND SPYWARE-FREE

Search:

Today on CNET | Reviews | News | **Downloads** | Tips & Tricks | CNET TV | Compare Prices | Blogs

Windows Software | Mac Software | Mobile Software | Webware | Music | Games | Security Software

Windows Software ▾

- » MP3 & Audio Software
- » Video Software
- » Antivirus, Firewall, & Spyware
- » Utilities & Drivers
- » Graphic Design Tools
- » Screensavers & Wallpaper
- » Business Software
- » Productivity Software
- » Developer Tools

▼ Sponsored
[Spyware Doctor 5.5](#)
Free Spyware Scan. PC Magazine Editor's Choice (1/08) & PC World Best Buy!
 [Download Now](#)

▼ Sponsored
[Registry Mechanic 7.0](#)
Free Registry scan. Repair Registry & Improve PC Performance. 5 Stars! (07/06)
 [Download Now](#)

Today on Download.com

Safari 3.1

It's not your eyes. Speedy Safari browser updated its Apple cross-over for Windows. Boasting speeds 1 second faster than Firefox and almost 4 quicker than Opera, Safari 3.1 has a graphics booster, iTunes-like bookmarks, and the original SnapBack feature. Even Rafe is a believer.

[Get Safari browser for Windows](#)



Le funzioni distributive

Il contributo di Internet

- Funzioni di **facilitazione**
 - Agevola le ricerche marketing sui consumatori
 - Valutazione accurata delle dimensioni e delle caratteristiche dei consumatori obiettivo.
 - Supporto allo sviluppo prodotti e alla comunicazione di marketing grazie alle informazioni catturate dagli intermediari
 - Le informazioni sono già in rete ed in formato digitale
 - Esistono dettagliati report sui comportamenti dei consumatori
 - Credito all' acquisto
 - Finanziare gli acquisti è una funzione importante: gli intermediari cercano di fare il massimo per rendere più facili le procedure di pagamento, per chiudere la transazione
 - Transazioni elettroniche sicure

Lunghezza del canale

L'impatto di Internet

- Il processo di disintermediazione consiste nell'eliminazione degli intermediari tradizionali , ma
- gli intermediari dal canto loro si specializzano nel fornire servizi migliori rispetto all'azienda produttrice

Lunghezza del canale

L'impatto di Internet

- La disintermediazione via Internet è fallita:
 1. Nel mondo occidentale i sistemi distributivi hanno raggiunto un elevato livello di efficienza
 2. Gli intermediari permettono alle imprese di concentrarsi sul loro core business
 3. Gli intermediari tradizionali semplicemente si sono sostituiti con i loro equivalenti Internet

- Nascono nuovi tipi di intermediari
 - Shopping agent
 - Cooperative di acquirenti
 - Metamediari

- Gli intermediari on-line sono spesso più efficienti di quelli tradizionali

La gestione del potere all'interno del canale

- Le nuove tecnologie possono alterare le relazioni precedentemente esistenti all'interno del canale
- Incremento di potere della domanda
 - L'importanza della location è neutralizzata da Internet
 - Gli acquirenti hanno accesso ad un maggior numero di fornitori e informazioni (su prezzi e prodotti)
- Incremento di potere dei fornitori
 - I fornitori leader on-line ricevono contatti dai consumatori e dalle aziende che vogliono acquistare in quel canale
 - I fornitori possono stabilire una relazione stabile e profonda con i clienti (es: Amazon e il collaborative filtering)

Intermediari commerciali

Modelli di E-business

- Gli intermediari on-line sono classificabili in base al metodo che utilizzano per produrre reddito:
 - Sponsorizzazione
 - Vendita diretta
 - Infomediari
 - Intermediari

Modelli di vendita diretta

- Le aziende manifatturiere vendono direttamente ai clienti invece di utilizzare intermediari
- Internet permette di bypassare più facilmente gli intermediari: grossisti e rivenditori possono essere, a **certe condizioni**, eliminati dal canale.
- Utilizzato nel mercato **business-to-business** permette di risparmiare ingenti costi relativi alla vendita, come personale, configurazione di prodotto ed elaborazione dell'ordine
- Utilizzabile anche nel mercato **business-to-consumer** per la vendita di prodotti digitali, software, musica che non necessitano di inventario, imballaggio e spedizione

Considerazioni sulla vendita diretta

- I prodotti deperibili, quali fiori, e cibi freschi sono venduti utilizzando questo metodo (esperya.com, hurrahitaly.com)



- I benefici includono risparmio di costi per l'impresa e di tempo di spedizione per i consumatori

Modelli di infomediari

- Si riferisce ad organizzazioni on-line che raccolgono e distribuiscono informazioni
 - Ad esempio aziende che svolgono ricerche di mercato
- Solitamente compensano (cash) i consumatori che condividono le informazioni (es: panel)
- I consumatori sono pagati per visionare pubblicità che appare sullo schermo durante la navigazione
 - Es. alladvantage.com espedia.net
- Altri (DoubleClick) usano cookies per tracciare il percorso che i consumatori effettuano nel web, senza fornire compensi

Considerazioni sugli infomediari

- Lo spazio web è rivenduto ad altri inserzionisti
- I consumatori hanno il vantaggio di ricevere pubblicità legata ai propri interessi e di poter controllare la quantità dei banner che ricevono
- Il beneficio per gli infomediari è che la disponibilità di informazioni sui consumatori incrementa il valore della pubblicità
- Il beneficio per gli inserzionisti è che possono contattare consumatori targettizzati e possono raggiungere i consumatori nei siti dei concorrenti

Modelli di intermediari (broker)

- I broker creano un mercato in cui acquirenti e compratori negoziano e completano una transazione. Solitamente fanno pagare una provvigione.
- Esempio: i broker di borsa
 - Intesatrade.com
 - Warrants.it

Considerazioni sui modelli di brokeraggio

- Benefici per gli **acquirenti**:
 1. Comodità
 2. Velocità di esecuzione degli ordini
 3. Transazioni elettroniche
 4. Risparmio costi attraverso prezzi più bassi
 5. Diminuzione dei tempi di ricerca
 6. Risparmio di energia nella ricerca dei venditori

- Benefici per i **venditori**:
 1. Creazione di un gruppo fedele di acquirenti
 2. Risparmio nella forma di bassi costi di acquisizione del cliente e bassi costi di transazione

Modelli di intermediari (agenti)

- L'agente può rappresentare sia il compratore che il **venditore** (dipende da chi paga la provvigione)
 - Agente di vendita:
 - Rappresenta una singola azienda, e la aiuta a vendere i prodotti, normalmente lavora per commissione
 - Può rappresentare più di un venditore
 - travelcity.com, expedia.com
 - Metamediario
 - È un agente che rappresenta un gruppo di produttori, e-tailers e fornitori di contenuti, solitamente organizzati attorno ad un particolare evento o tipo di acquisto
 - peoplefirst.com (acquisto auto)

Benefici dei metamediari

- Benefici per i **consumatori**:
 - Riducono i tempi di ricerca
 - Forniscono garanzie sulla qualità dei venditori
 - Rendono più semplice la transazione per un gruppo di acquisti congiunti
 - Fornisce informazioni rilevanti e corrette sugli acquisti
- Benefici per le **aziende partner**:
 - Direzioneamento del traffico ai propri siti
 - Possono adottare politiche di co-branding con il metamediario

Virtual Mall

- Consiste nell'ospitare in un unico sito diversi venditori, come se ci si trovasse all'interno di un centro commerciale. Ciò attira un maggior traffico di cui tutti beneficiano
 - Yahoo.com
 - Women.com

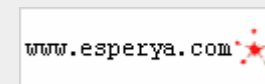
- I benefici:
 1. Branding
 2. Portafogli digitali
 3. Programmi fedeltà cross shop
 4. Strumenti di ricerca
 5. Servizi di guida all'acquisto

Agenti rappresentanti acquirenti

- Shopping agent (**prezzo**)
- Shopping agent di seconda generazione (**qualità**)
 - Evenbetter.com
 - Bizrate.com
- Aste inverse (last minute, beni deperibili)
 - Nextag.com
- Cooperative di acquirenti

Modelli di E-tailer

- E-tailing
 - Venditori di prodotti fisici
 - Cdnnow.it
 - Dell.com
 - Esperya.com



- Bit vendor
 - McAfee.com