

10 / 04 / 2021

Canales de Distribución

La comercialización

Distribución

Pone el producto al alcance del mercado.

Tipos de distribución:

Exclusiva, selectiva, intensiva, extensiva

Estrategias de canales de distribución:

Escoger canales, tipo de distribución, funciones de los canales.

La cual dependerá de la propia empresa.

Hace llegar el producto al consumidor.

Tipos de canales de distribución

Directo

agente intermediario

Mayorista

Detallista

Canales de Distribución

Criterios para selección:

Control del producto.

Importancia:

Lugar, tiempo.

Funciones:

Transacciones

TAREA

1) Explique los tipos de canales de distribución y cual de ellos te parece el mas adecuado a la necesidad de su idea de negocio?

R1:

Distribución exclusiva: Es un acuerdo comercial entre un productor y un distribuidor que establece que el primero la vendiera sus productos unicamente al segundo; este se compromete a no vender productos de la competencia.

Distribución selectiva: Es cuando el producto esta disponible solo en pocas tiendas, se utilizan especial para productos de especialidad o lujo, la que busca una cobertura limitada por razones de selección de especialización del producto es limitadores de orden logístico.

Distribución intensiva: tiene un objetivo muy claro, llegar al mayor numero de puntos de venta por lo que de normal los productos que seguiran este tipo de distribución y lo mas importante que sean de uso cotidiano que se vendan con prax practicamente a diario.

Distribución extensiva: Es la que pretende una amplia cobertura, Es Obtar por que nuestros productos abarquen el mayor numero posible de establecimientos, esto ocurre cuando la demanda es de gran dimension y esta muy dispersa.

2) ¿cual es la diferencia entre mayorista y minorista y cual es la importancia de los 2?

marfil

R1 La diferencia entre mayorista y minorista está en la cantidad de productos o mercancías que adquieren y en su posición es la cadena de distribución mientras que el mayorista quiere contacto directo con los productos fabricantes o importancia el analista tiene contacto directo con los consumidores o el mercado final.

importancia mayorista: Se caracteriza por adquirir productos a fabricantes y otros mayoristas distribuidores minoristas e incluso a fabricantes pero no a los consumidores finales.

importancia minorista: el comercio minorista es el que vende los productos al consumidor a usuario final. su importancia es que está en la cadena de distribución si no que el conector directamente con el mercado puede influir directamente en las ventas.