

2009年国际商务师考试辅导：分销渠道策略商务师考试 PDF
转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/544/2021_2022_2009_E5_B9_B4_E5_9B_BD_c29_544818.htm

分销渠道策略 分销渠道，也译作分配渠道或配销通路，是指某种产品从生产者向消费者或用户转移过程中所经过的一切取得所有权(或协助所有权转移)的组织和个人。即产品所有权转移过程中所经过的各个环节连接起来形成的通道。分销渠道的起点是生产者，终点是消费者或用户，中间环节包括各种批发商、零售商、商业中介机构(交易所、经纪人等)。

(一) 渠道行为和渠道组织

- 1、垂直营销系统纵向营销系统，是由制造商、批发商和零售商通过结盟形成的资本密集型的分销网络。通常在一个实力较强的渠道成员领导下，实施统一的营销计划和专业管理。这种组织形式能够较少减少渠道成员之间的冲突。
- 2、垂直营销的类型

- (1) 公司型垂直系统制造商兼并零售商，或零售商兼并制造商形成的分销网络。优点是简化产品质量、定价、促销、技术应用等环节的管理，实现较高的效率和效益。缺点是投资大、仓储成本高，管理比较复杂。
- (2) 契约型垂直营销系统由各层次独立的渠道成员通过契约形式实现的联盟。有三种形式，批发商组织兴办的自愿连锁商店、零售商联合拥有和经营的批发合作社、制造商和服务公司兴办的各种特许的专营组织
- (3) 管理垂直营销系统渠道成员中实力较强的一个能够实施有效的跨公司管理，每个渠道成员都比较独立。

- 3、横向营销系统即同一层次的两个或两个以上的企业联合起来，利用各自在资金、技术、资源等方面的优势，共同开发和利用市场机会。
- 4、多渠道营销系统企业

同时通过两种或两种以上的渠道分销其产品。（二）渠道管理 1、选择渠道成员 2、激励渠道成员 3、评估渠道成员 4、调整分销渠道的三种形式：（1）在不调整分销渠道模式的前提下，增减某一渠道中的个别中间商；（2）增减某一渠道模式；（3）调整整个分销渠道系统。欢迎进入：2009年国际商务师课程免费试听 更多信息请访问：百考试题国际商务师、百考试题论坛国际商务师"#F8F8F8" 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com