

综合指导之网络销售渠道与促销策略电子商务考试 PDF转换
可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/552/2021_2022__E7_BB_BC_E5_90_88_E6_8C_87_E5_c40_552041.htm

企业不仅要生产适销对路的产品、确定适当的价格，还要通过适当的销售渠道，实现产品从生产者到消费者的流通，及时、有效地将产品或劳务的信息传送给顾客，沟通生产者、经营者与消费者之间的联系，激发消费者或客户的购买欲望和兴趣，进而满足其需要，促进其实现购买行为。所以，本章我们主要研究网络销售渠道与促销策略。

第一节 传统分销渠道概述

分销渠道也可称之为分配渠道，考试/大它是指产品从生产者向消费者或用户转移过程中所经过的路线，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。这种转移活动，一般需要中间人（中间商）的介入。因此，分销渠道又可定义为产品或服务从生产领域经由中间商转移至消费领域的市场营销活动。

一、分销渠道的特征

1. 分销渠道是一组路线。参与交易过程的各种类型的机构或人员都参与了这组路线的活动。
2. 商品或服务只有通过这些机构的活动，才能脱离生产领域，最后进入消费领域。
3. 每一条分销渠道的起点是生产者（或服务提供者），终点是个人消费者或用户。
4. 商品从生产领域向消费领域转移时，至少要转移商品所有权一次。

二、分销渠道的模式

企业生产的商品十分繁杂，种类很多，但可以把它分成两大类，即消费品和工业品。

（一）消费品分销渠道模式

按照商品在交易过程中是否经过中间环节，可将分销渠道分为直接渠道和间接渠道两种类型

1. 直接式分销渠道模式（零层渠道） 制造商直接把产品卖给消费者（或用户

)。其模式是：生产者 消费者。由于生产者把消费品直接销售给最终消费者，没有任何中间商的介入，因此，它是最直接的渠道模式，也是最简单和最短的分销渠道。主要有：派推销员上门推销、开展邮购、电话购货、开设自销门市部、通过订货会或展销会与用户直接签约供货等形式。

2.间接式分销渠道模式 它是指商品从生产领域转移至消费者或用户手中，要经过若干中间商的分销渠道。它主要有以下四种形式：(1)一层渠道：生产者 零售商 消费者。生产企业直接向大中型零售店供货，零售商再把商品转移给消费者。这种模式主要用于生产耐用消费品的企业。(2)二层渠道：生产者 批发商 零售商 消费者。这是消费品分销渠道中的传统模式。这种模式主要用于日用消费。

电子商务师考试复习方案电子商务师考试 - 电子商务员辅导电子商务师考试模拟试题F8F8" 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