

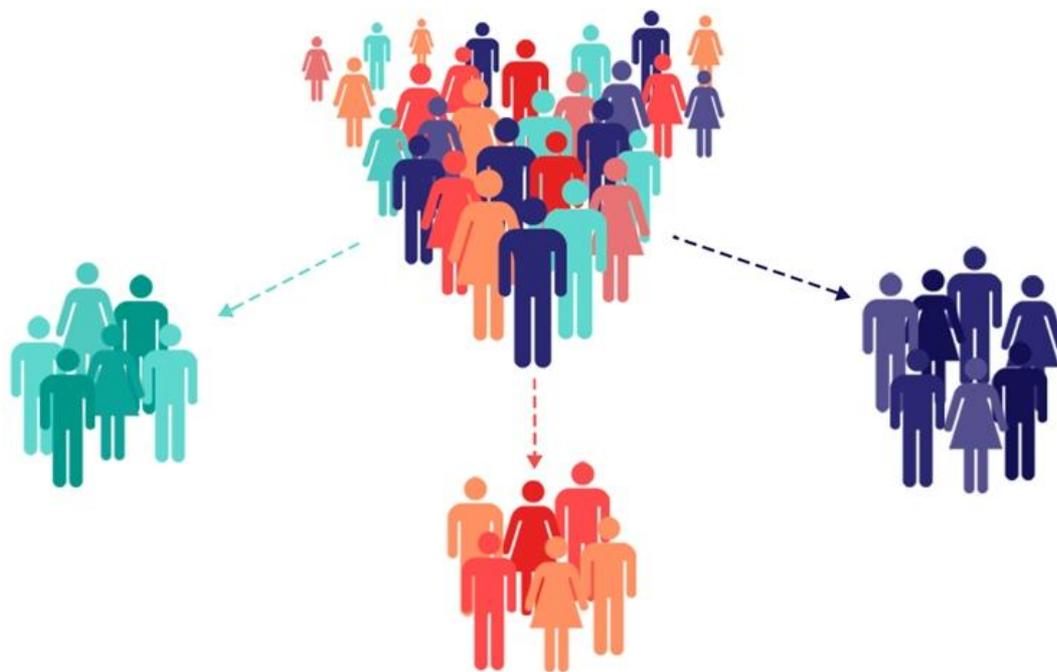
Определение каналов сбыта

Выполнила: Ведерникова Татьяна
Студентка 3 курса группы ГД-О-18

Определение

*Канал распределения
(сбыта)*

— совокупность независимых организаций, вовлеченных в процесс производства услуги и доступный для индивидуального потребителя или корпоративных пользователей.



Участники рыночного канала выполняют следующие ключевые функции: информации, продвижения, контакта, адаптации, проведения переговоров, физического распределения, финансирования, принятия риска. Первые пять функций помогают заключать сделки, последние три — выполнять заключенные сделки.



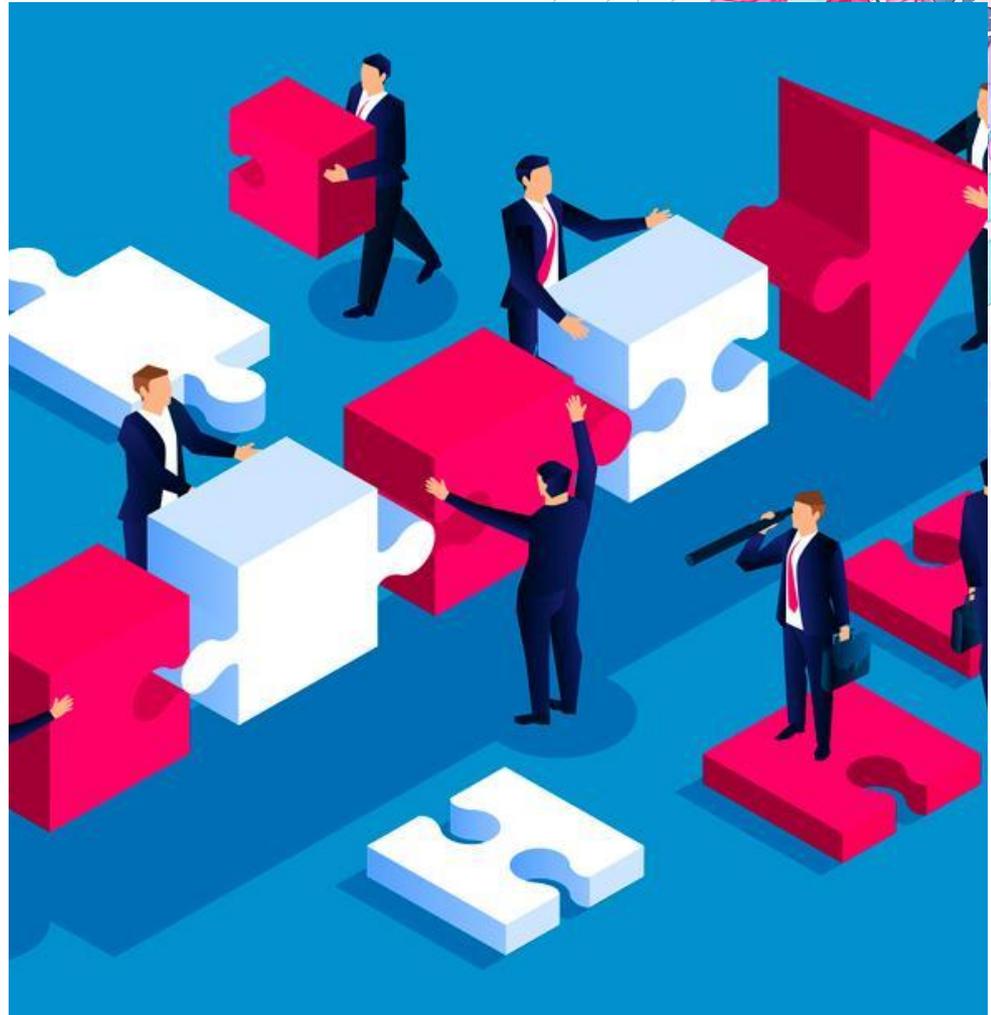
Каналы сбыта

Канал 1. Прямой канал маркетинга. Это отель, продающий услуги непосредственно потребителям.

Канал 2. Содержит один посреднический уровень. На рынке потребителя это обычно уровень турагента.

Канал 3. Содержит два уровня. Это, как правило, турагентство.

Канал 4. Состоит из трех уровней. Мелкий оптовик покупает услугу у крупных оптовиков и продает ее мелким розничным фирмам, которые не обслуживаются крупными оптовыми торговцами.



Посреднические звенья системы сбыта

В сфере гостеприимства и туризма посредническими звеньями системы сбыта выступают: туристические агентства, туроператоры, оптовые торговцы турами, специалисты, представители продаж гостиниц, правительственные туристические ассоциации, консорциумы, системы резервирования, электронные системы распределения услуг.



Продвижение гостиницы или отеля в интернете

- ❖ Продвижение сайта для отеля
- ❖ Туристические агрегаторы для гостиниц
- ❖ Поисковый маркетинг
- ❖ Продвижение сайта гостиницы через социальные сети
- ❖ Отзывы как метод продвижения сайта отеля
- ❖ Email-рассылка



Коллективная работа, организаторские управленческие действия, действенная политика маркетинга, тесное сотрудничество со всеми участниками канала сбыта обеспечивают высокое качество обслуживания клиента.



Спасибо за внимание!

