

**Создание и развитие
дилерских сетей
на примере лакокрасочного
предприятия**

«Хома коллоид»

Цель дипломной работы

- создание и развитие дилерской деятельности на российском рынке;
- обобщение зарубежного и отечественного опыта работы дилеров;
- разработка рекомендаций по совершенствованию дилерской деятельности как одной из форм малого предпринимательства.

Понятие и сущность дилерских сетей

Дилерская сеть	
Цель	Создание дилерской сети является перемещение центра продаж в регионы, проведение единой политики ценообразования, удовлетворение требований потребителя к качеству продукции
Возможность	Позволяет более успешно размещать производство, решать и налаживать вопросы снабжения, сбыта продукции, финансового обеспечения.
Партнерство с контрагентами	На основе соответствующих договорных отношений

Система оценки эффективности дилерских сетей

<p>Дилер</p>	<p>Это неоценимый источник информации, зачастую лучше владеет ситуацией в регионе и абсолютной точно способен решать возникающие проблемы значительно проще и быстрее</p>
<p>Эффективность</p>	<p>Одним из главных моментов на пути развития отношений с дилерами является постоянный контакт</p>

Подходы к управлению дилерскими сетями в современных условиях

канал распределения	стратегии «проталкивания»
Конкурентные позиции торговых посредников	готовность развивать сотрудничество и партнерские отношения
	гибкость логистической системы, позволяющая приспосабливаться к потребностям партнеров по каналу
	«подстроенные» под конкретного потребителя программы маркетинга и продаж
	наличие информационных связей с партнерами для согласования действий
	короткий, чувствительный к требованиям рынка, гибкий и надежный цикл исполнения заказа, обеспечивающий быстрое пополнение запасов и удовлетворение запросов потребителей

Управленческая диагностика предприятия ООО «Хома коллоид»

<p>«Хома коллоид»</p>	<p>является российским производителем лакокрасочных и клеевых материалов для строительства и ремонта, а также для защиты массива древесины</p>
	<p>вошла в число лидеров рынка ЛКМ</p>
	<p>вошла в число лидеров рынка ЛКМ</p>
	<p>практически в каждом регионе есть партнер, представляющий продукцию и рекламирующий ее</p>
<p>особенность</p>	<p>ориентацию на качество, которому в компании уделяется особое внимание</p>

Маркетинговая концепция развития предприятия

На успех влияет

**стабильность качества и
рекламное сопровождение
продаж.**

**залог успеха это формула =
розничный рынок ЛКМ +
грамотная реклама +
ориентация на дилерскую сеть**

**целевая аудитория на рынке
лакокрасочной продукции
достаточно разветвленная**

всеобщая потребляемостью

Анализ эффективности деятельности дилерской сети

ООО «Хома коллоид»

Основные моменты политики привлечения дилеров

гибкая система скидок

помощь в проведении рекламных компаний

для поддержки дилеров компания регулярно проводит дилерские семинары по вопросам обучения работе для разрешения вопросов, связанных с работой «Хома коллоид», дилеры

обеспечиваются бесплатной оперативной консультационной поддержкой

Стратегическое планирование развития дилерской сети ООО «Хома коллоид»

Необходимые условия стратегии	определить перечень регионов, в которых было бы целесообразно открыть дилерские центры
	необходимо определить минимальный объём приобретаемой дилером продукции
стратегия достижения цели предусматривает	расширение ассортимента предприятия
	включение в него фурнитуры, мебельных тканей, поролона, и т.п
	стимулирование сбыта через личные продажи - использование коммивояжеров

Разработка программы совершенствования

ООО «Хома коллоид»

Оригинальная программа расширения дилерской сети включает

определение групп потенциальных партнеров в регионе и сбор информации об этих компаниях. Определение заинтересованности этих компаний в товаре/услуге;

формирование специального предложения с учетом полученной информации;

направление информации о компании и предложения потенциальным партнерам.