

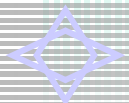
тел.: (095) 766-4768  
(095) 540-1582  
[www.unitcon.ru](http://www.unitcon.ru)

## Информация о компании



**ЮНИТ-КОНСАЛТИНГ**

**— консультационная компания,  
специализирующаяся на управленческом и  
маркетинговом консультировании**



**ЮНИТ-КОНСАЛТИНГ**

**Экономические показатели прибыльности канала**

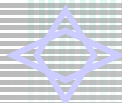
**Соответствие канала требованиям потребителей**

**Возможность дальнейшего контроля над движением товаров и ценами, т.е. управляемость каналов**

**Уровень конкуренции за возможность работы с каналом**

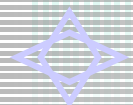
**Перспективность канала с точки зрения долгосрочных тенденций**

**Соответствие канала выбранной стратегии развития.**



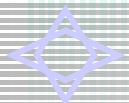
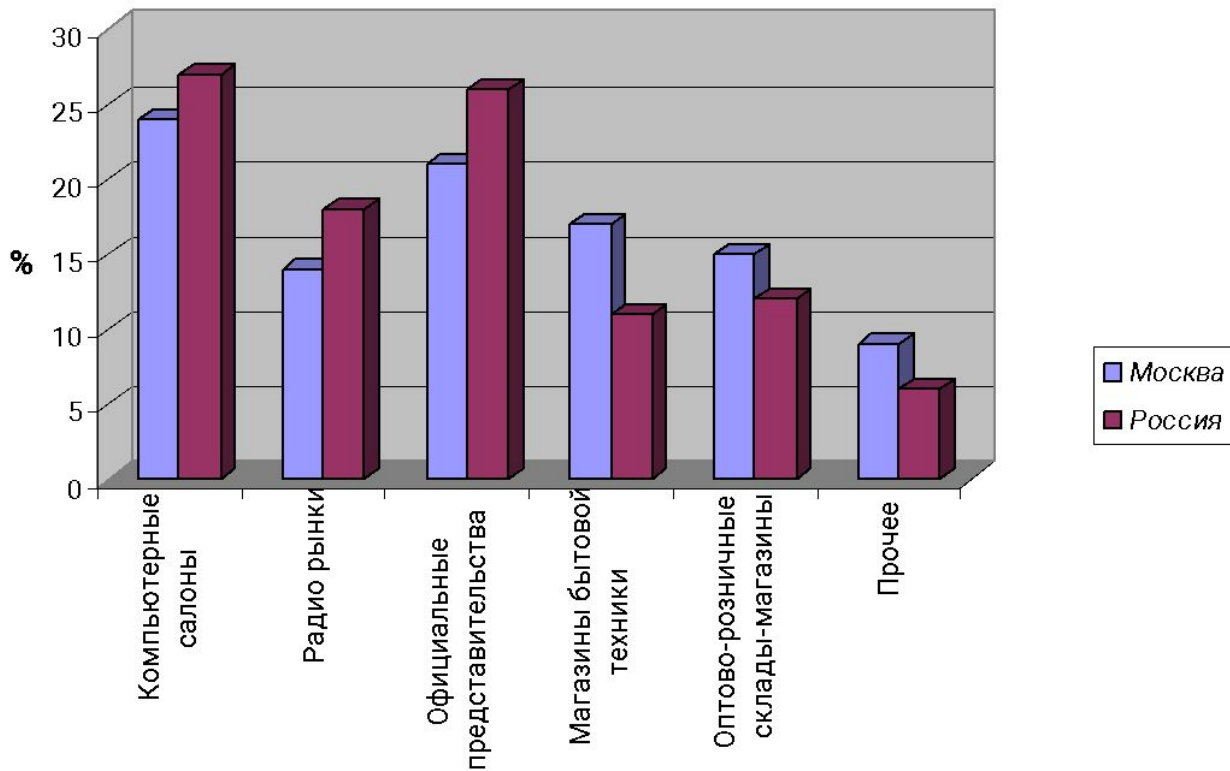
## Экономические показатели прибыльности канала

	Универмаг и	Дискаунте- ры	Сети супермар- кетов	ИТОГО
<b>Объем продаж</b>	7.5	15.5	12	35
<b>Стоимость проданных товаров</b>	4.4	8.8	6.8	20
<b>Валовая прибыль</b>	3.1	6.7	5.2	15
<b>Расходы</b>				
<b>Хранение</b>	0.7	1.6	1.3	5.7
<b>Поставка</b>	0.3	0.7	0.5	1.5
<b>Личные продажи</b>	0.2	1	1.4	2.6
<b>Реклама</b>	0.2	1	1	2.3
<b>Продвижение продаж</b>	0.2	0.6	0.7	1.5
<b>Выставление счетов и прием оплаты</b>	0.04	0.2	0.1	0.4
<b>Итого расходов</b>	1.7	5.1	5.1	11.9
<b>Чистая прибыль</b>	1.4	1.6	0.1	3.1
<b>Отношение прибыли к объему продаж (%)</b>	18.6	10.4	0.8	8.9



# Какие каналы выбирают потребители

## Основные места приобретения офисной техники



## Увеличение стоимости бренда

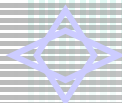
**Формирование иерархических дилерских и дистрибуторских сетей**

**Отбор торговых партнеров на основании концепции «критической массы»**

**Система скидок и ценообразования, поддерживающих бренд**

**Использование информационных технологий**

**Организация «событий» и мероприятий трейд-маркетинга в сети**



## Структура сети производителя

*Существуют три группы дистрибуторов:*

*Главные дистрибуторы*

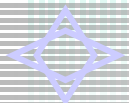
*Уполномоченные дистрибуторы*

*Ассоциированные дистрибуторы.*

*Каждая группа дистрибуторов заключает договор с компанией. Хотя ассоциированные дистрибуторы контактируют непосредственно с главным дистрибутором, они, кроме того поддерживают отношения с производителем. Ассоциированные дистрибуторы назначаются в зависимости от потребностей рынка и утверждаются региональным менеджером производителя*



**ОПРЕДЕЛЕНИЕ ДОСТУПНОСТИ**  
**ПЕРВОНАЧАЛЬНАЯ ОЦЕНКА И ОТБОР**  
**ПОСРЕДНИКОВ**  
**ПОДРОБНЫЙ АНАЛИЗ ПОСРЕДНИКОВ**

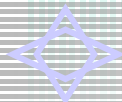


## Концепция критической массы

**ВЛАДЕЛЬЦЫ МАРОК :**  
**Какие каналы выбрать?**

**ПРЯМЫЕ ПОСТАВКИ В  
РОЗНИЦУ  
ИЛИ  
РАБОТА ЧЕРЕЗ  
ОПТОВИКОВ**

**КРУПНЫЕ ОПТОВЫЕ  
КОМПАНИИ,  
ДИСТРИБУТОРЫ ИЛИ  
НЕБОЛЬШИЕ  
СПЕЦИАЛИЗИРОВАН-  
НЫЕ КОМПАНИИ**



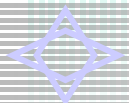


*Программный продукт мебельной компании Эльт  
позволяет продавцу в присутствии покупателя:*

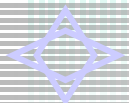
*набирать заказ в трехмерной графике,*

*проверять наличие комплектующих в режиме он-лайн и*

*отправлять заказ в центр*

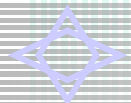


	Дилерская Академия	Мини-Академии	Форум Региональных Партнеров	Без Компьютеров	Учебные семинары в УЦ RSI	Семинары в городах России	Заседания Клуба Маркетинговой Компетенции
<b>Вендоры</b>	+	+	+	+	+	+	+
<b>Владельцы бизнеса</b>	+		+				
<b>Руководители, Топ-менеджеры</b>	+	+	+	+			+
<b>Закупщики</b>		+	+	+	+	+	
<b>Продавцы</b>					+	+	
<b>Маркетологи</b>			+		+	+	+
<b>СМИ</b>	+		+	+		+	+

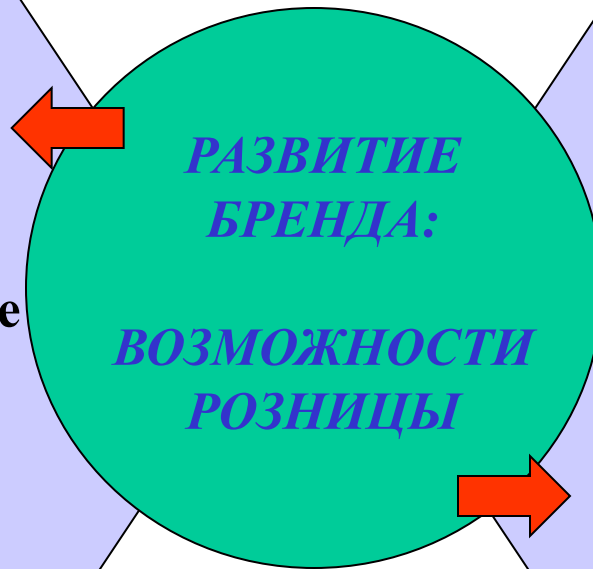


### «Стандарт взаимодействия дизайнеров-консультантов с покупателями»

**первый звонок клиента,  
встреча в салоне,  
выезд к заказчику,  
составление технического решения,  
утверждение дизайн-проекта,  
изготовление мебели,  
доставка и установка,  
послепродажное обслуживание**



• **Производители открывают розничные магазины для отслеживания реакции рынка на продукцию и наблюдения за поведением конкурентов, а также маркетинговых исследований (микромаркетинг товаров) - Рита: два магазина в Москве, которые помогают продвигать бренд и контролировать продажи**



• **Производители создают сети розничных магазинов с учетом возрастающей роли розничной торговли в цепочке: производитель-дистрибутор-магазин, а также повышения уровня прибыли («Глория Ждинс» - 30 магазинов Jay Jeans )**

## «Флагманские» магазины

**Площадь флагманского магазина MAGGI во Франкфурте – 2000 кв. м., лозунг: «веселое приготовление пищи для семьи и друзей»**

**В магазине есть отдел, где предлагаются продукты и сопутствующие товары MAGGI: полуфабрикаты, пакетики с приправами, фартуки, поваренные книги и пр.**

**В магазине есть две кухни. На Сэмплинговой кухне , расположенной в передней части магазина, посетители могут понаблюдать за приготовлением, продегустировать и получить открытку с рецептом,**

**На Опытной кухне ежедневно проводятся кулинарные конкурсы и специальные конкурсы , трансляция которых в режиме он-лайн идет на сайте компании и радиошоу.**



**ЮНИТ-КОНСАЛТИНГ**

*тел.: (095) 766-4768  
(095) 540-1582  
[www.unitcon.ru](http://www.unitcon.ru)*

**БЛАГОДАРЮ ЗА ВНИМАНИЕ!**

**Татьяна Сорокина**

**Тел.: (095) 766-4768,  
тел/факс (095) 540-1582**

**web-сайт: [www.unitcon.ru](http://www.unitcon.ru)**



**ЮНИТ-КОНСАЛТИНГ**