

第一节 渠道运营管理

（一）消费品分销渠道的构建

2、常见的消费品分销渠道模式

名称	概念	优点	缺点
厂家直供模式	是指生产厂家 直接将商品供应给终端 渠道进行销售的渠道模式	渠道短，信息反应快，服务及时，价格稳定，促销到位，易于控制	受交通因素影响大，设立过程容易出现销售盲区，管理成本高
多家经销（代理）模式	是指生产厂家在建立渠道时选择 多家代理商（经销商）， 通过建立庞大的销售网络实现分销目标	分销渠道市场覆盖面广，市场渗透力强，各级渠道成员职责分明	渠道环节多，管理困难，容易产生 窜货和价格混乱 的问题

名称	概念	优点	缺点
独家经销（代理）模式	是指生产厂家在一定时期内，在某个地区 只选择一家经销商（代理商）， 由该经销商（代理商）建立分销渠道系统的模式	生产厂家容易与中间商达成共识，最大限度地调动中间商的积极性，市场价格比较稳定	商品销售权完全交给中间商，生产厂家在渠道控制方面存在风险
平台式销售模式	是指生产厂家 以商品的分装厂为核心， 由分装厂建立经营部，负责向各个零售终端供应商品	责任区域明确；服务半径小，送货及时、服务周到；网络稳定；受窜货影响较小	受区域市场条件限制强，必须经过厂家直达送货，需要较多人员管理配合

【例-单选题】企业把代理权全权交给一家能力非常强的经销商，属于（ ）。

- A.独家经销模式
- B.多家经销模式
- C.平台式销售模式
- D.厂家直供模式

答案：A

解析：独家经销（代理）模式是指生产厂家在一定时期内，在某个地区只选择一家经销商（代理商），由该经销商（代理商）建立分销渠道系统的模式，故选A。

【例-单选题】生产厂家对接蛋糕店、小卖部销售啤酒给消费者，属于（ ）分销渠道模式。

- A.厂家直供模式
- B.多家经销代理模式
- C.独家经销代理模式
- D.平台式销售模式

答案：A

解析：厂家直供模式是指生产厂家直接将商品供应给终端渠道进行销售的渠道模式，超市、酒吧、KTV都属于终端渠道，题干中厂家对接蛋糕店、小卖部属于厂家直供，故此题选A。

（二）工业品分销渠道的构建：

1、工业品市场及其特点

工业品：是指购买者**以社会再生产为目的**而购买的产品

工业品市场的特点：

- ①需求的派生性
- ②需求弹性小
- ③专业采购
- ④一次购买量大
- ⑤顾客集中稳定

(二) 工业品分销渠道的构建:

2、工业品分销渠道设计

工业品分销渠道以具有服务功能的短渠道为主, 实践中, 企业工业品分销渠道**主要以直销为主**, 并在主要销售点设立网点, **也可以利用代理商建立销售点或者利用批发商进行销售。**

(三) 服务产品分销渠道的构建

1、特征

- ①无形性
- ②不可分离性
- ③差异性
- ④不可储存性
- ⑤所有权的不可转让性

(三) 服务产品分销渠道的构建

2、分类

针对“人”的服务	针对“物”的服务
①针对人身体的服务(人体处理)属于顾客高卷入的服务, 如 客运、医疗、美容、餐饮、手术等 ②针对思想意识的服务(脑刺激处理): 服务过程中 顾客意识必须 在场, 现场或远程均可, 如 娱乐、艺术、广播、电视、广告、咨询、教育、宗教、心理咨询、音乐会等	① 针对物体的服务 (物体处理): 服务过程中对象必须在场, 顾客本人不必在场, 如 货运、维修、零售、加油、保管等 ② 针对无形资产的服务 (信息处理) 不一定要要求顾客直接参与, 现场服务或异地服务均可提供, 如 会计、银行、法律服务、程序编写、科学研究、证券投资等

3、服务产品常用的分销渠道模式:

(1) **直接分销模式**——采用该模式的根本原因在于服务产品的不可分离性, 如: 医疗机构、会计师事务所

(2) **中介机构组建的分销渠道, 常见的形式如下:**

类型	适用
代理商	旅游、运输、信贷、工商服务等行业
经纪人	保险经纪人
批发商	大批量方式提供服务的中间商
零售商	商业零售商、照相馆、干洗店

【例-单选题】按服务对象和服务特征划分快递类服务, 属于针对()的服务。

- A.人的思想
- B.人的身体
- C.物品

D.无形资产

答案：C

解析：针对物体的服务（物体处理）包括货运、维修、零售、加油、保管等。故此题正确答案为C。

【例-单选题】干洗店适合用服务产品常用的（ ）分销渠道模式。

A.直接分销

B.代理商

C.经纪人

D.零售商

答案：D

解析：如商业零售商、照相馆、干洗店等适合零售商的模式。故选D。本题考查教材的举例内容。