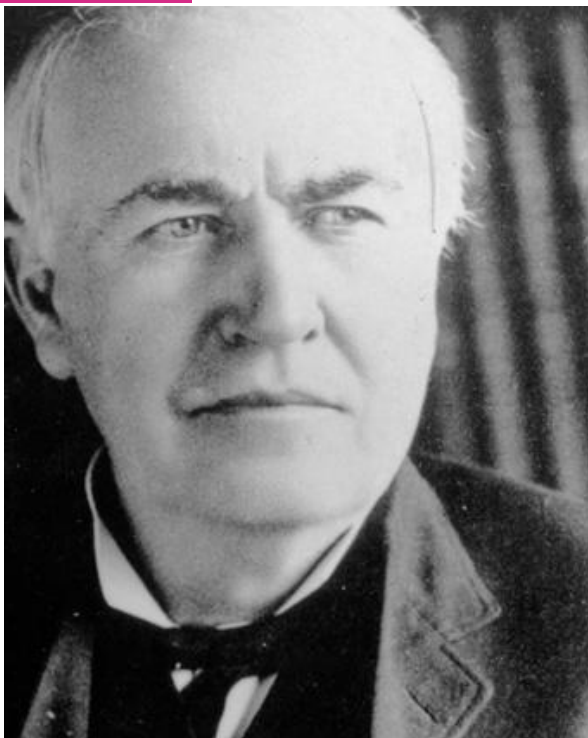




Канали за дистрибуция - Distribution channels



”

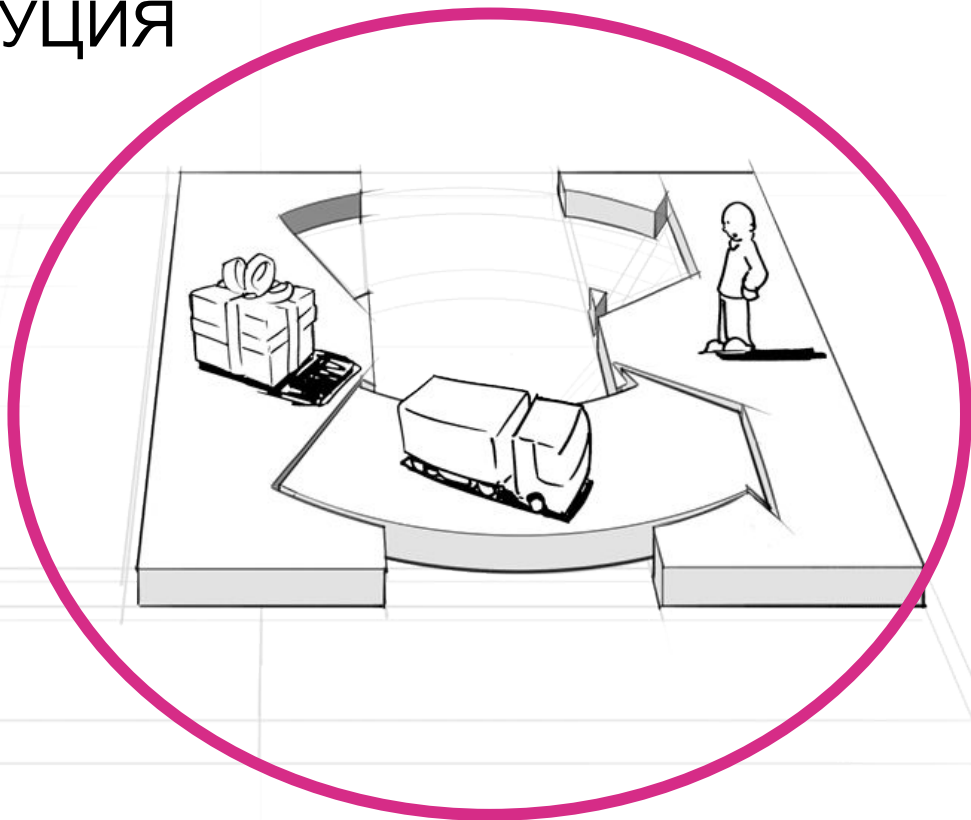
Anything that won't sell, I don't want to invent. Its sale is proof of utility, and utility is success.

- Thomas. A. Edison

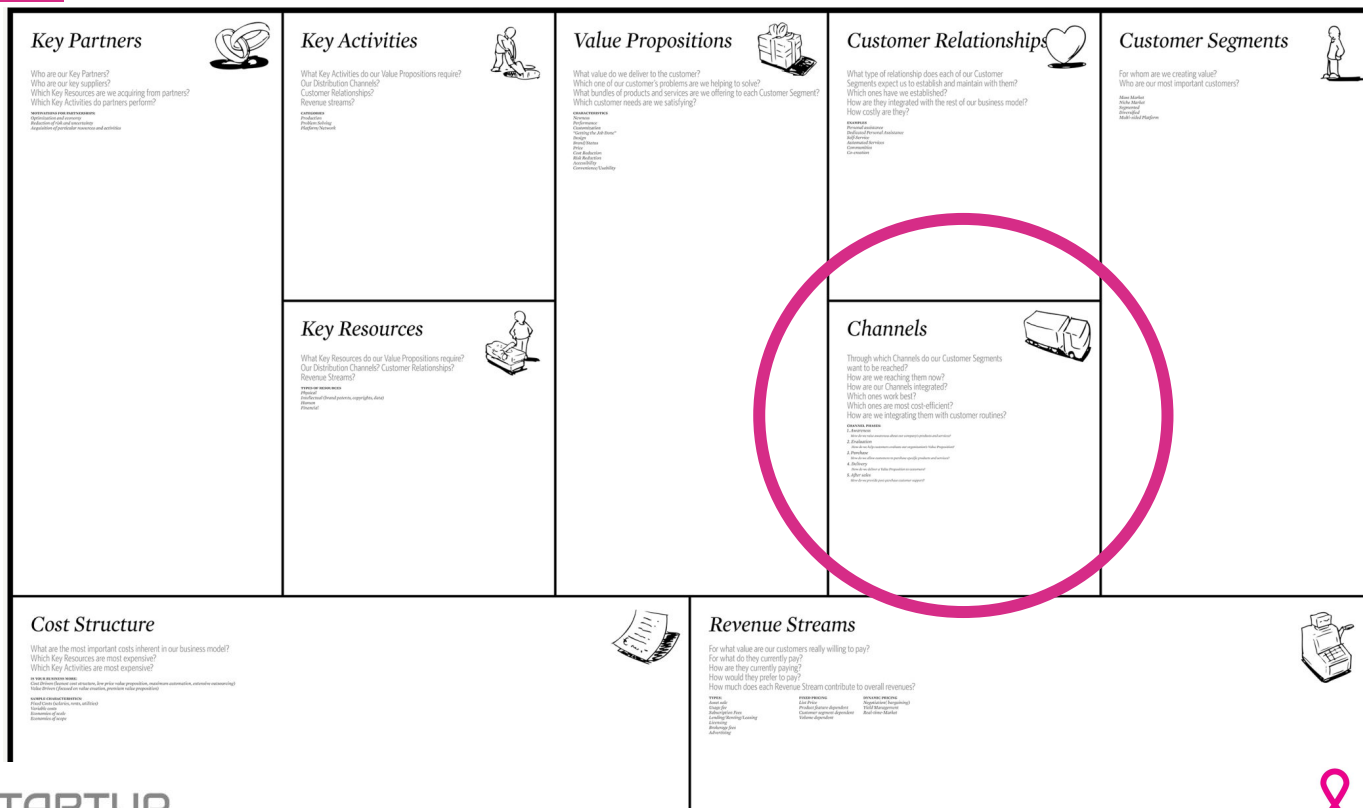
КАНАЛИ ЗА ДИСТРИБУЦИЯ

Как да достигнем до всеки клиент?

Чрез кои точки на взаимодействие?



КАНАЛИ ЗА ДИСТРИБУЦИЯ



ДВА КРИТИЧНИ ВЪПРОСА ЗА КАНАЛИТЕ

1 Как искаш да продаваш продуктите си?

2 С малко по-малка тежест от първия, но също толкова важен въпрос:
Как твоят клиент иска да си купува продукта?

CUSTOMER DEVELOPMENT - РАЗВИТИЕ НА КЛИЕНТА



ПРОЦЕСЪТ ВКЛЮЧВА

CUSTOMER DISCOVERY

CUSTOMER VALIDATION

CUSTOMER CREATION

CUSTOMER BUILDING

ПРОДУКТ - КЛИЕНТ

-----Как искаш твоя продукт да достигне до твоя клиент клиент?-----



Чрез теб



Чрез някой друг



Търговия на дребно



Търговия на едро



Опакован с други продукти или услуги

ПРОДУКТ - КЛИЕНТ

Как твоят клиент иска да купи твоя продукт от
твоя дистрибуционен канал?



На същия ден



Доставен и инсталиран



Downloaded



Опакован с други продукти



Като услуга...

ВИДОВЕ КАНАЛИ

Директни

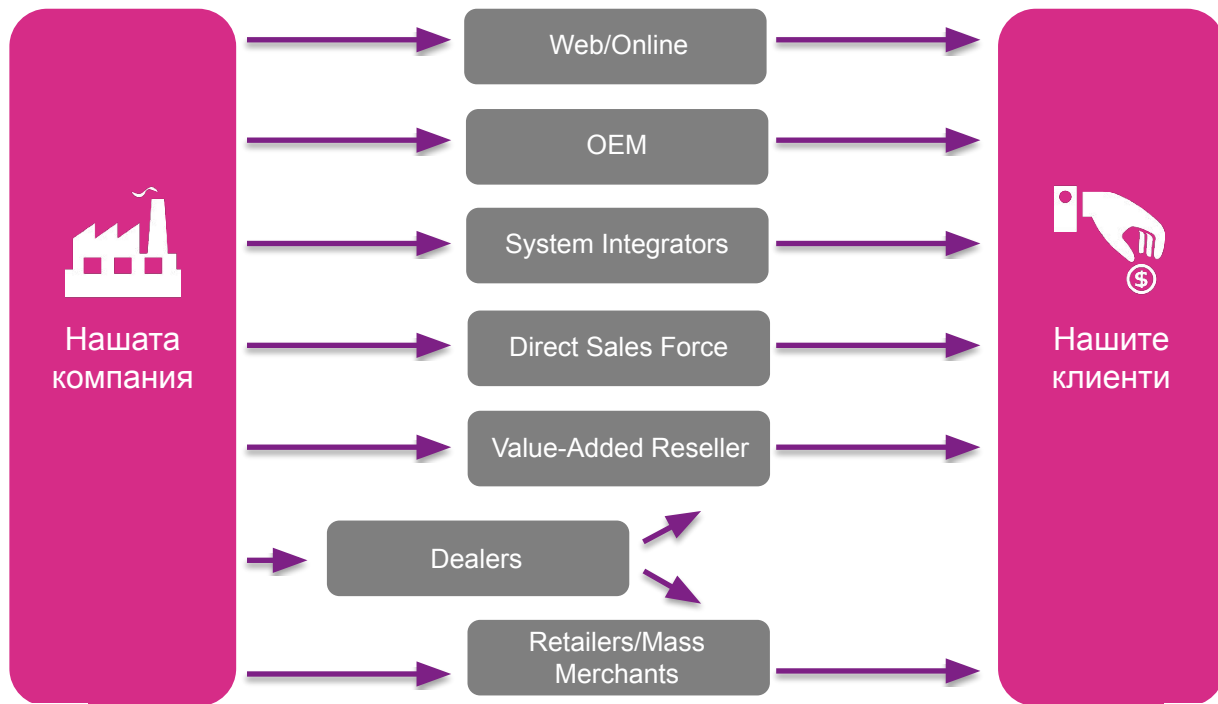
Индиректни

С лиценз

УЕБ КАНАЛИ



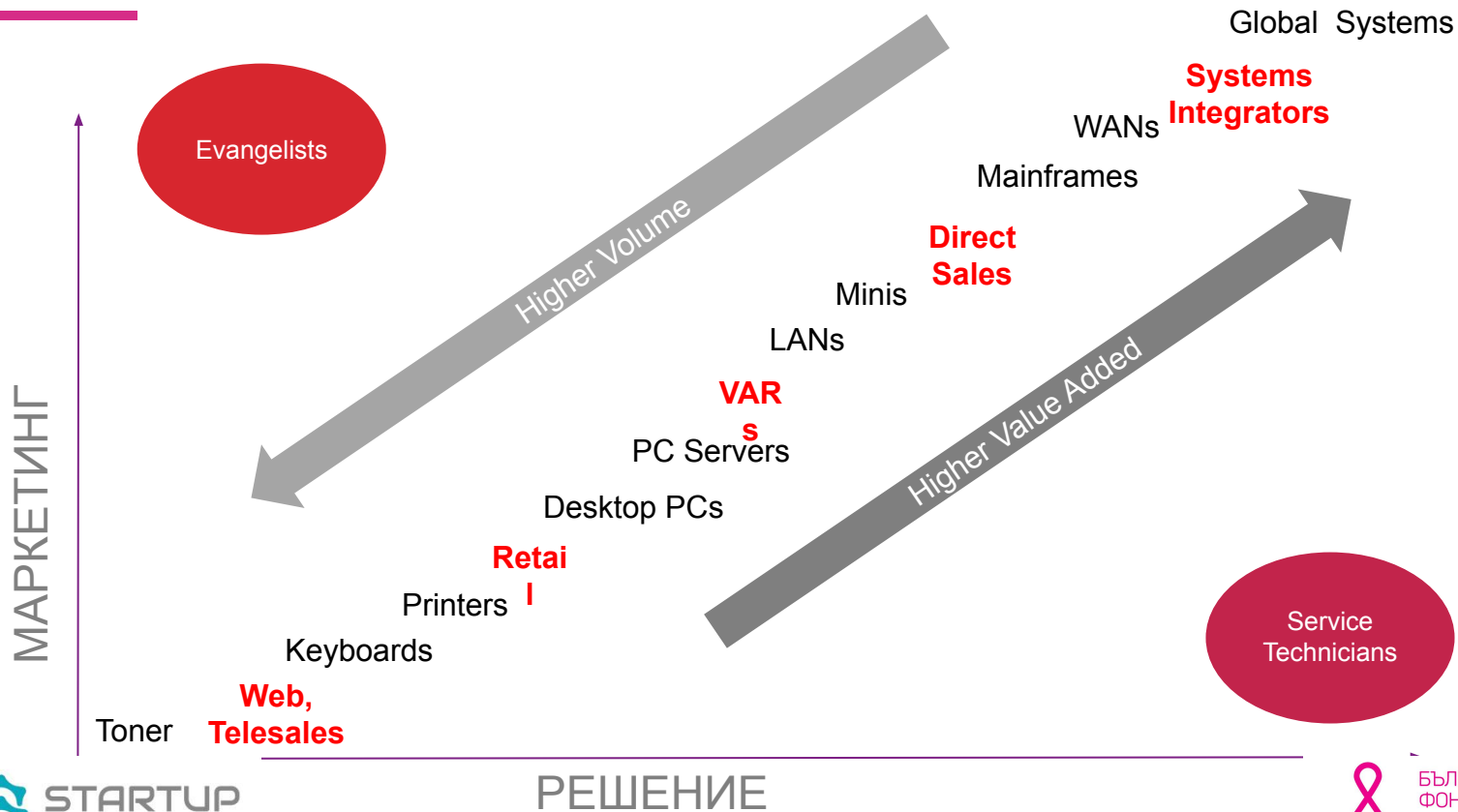
ФИЗИЧЕСКИ КАНАЛИ



ДИСТРИБУЦИОННИ КАНАЛИ

- Някои продукти са включени в други (original equipment manufacturer OEM)
- Някои продукти се продават към други продукти (Value Added Reseller VARs)
- Някои продукти се дистрибутират

ДИСТРИБУЦИЯ



КАНАЛИ

Как компенсираме **каналите за дистрибуция**?

- Комисионна
- Процент от цената на продукта
- Закупуване предварително на по-ниска цена

КАНАЛИ

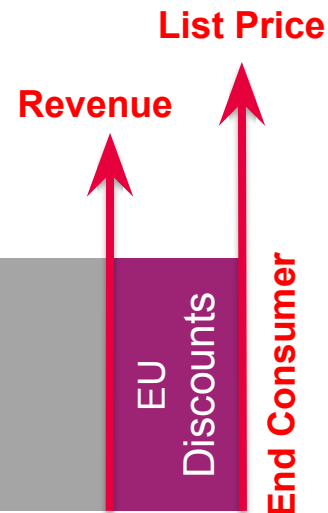
Как мотивираме каналите за дистрибуция?

- Пари! – What makes them the most?
- Обучение
- Маркетинг към каналите за дистрибуция
- Незабавен бонус за продажба (sales performance incentive fund SPIF)

ДИРЕКТНИ ПРОДАЖБИ

Cost of Goods
(Supply Chain)

Profit + SG&A + R&D



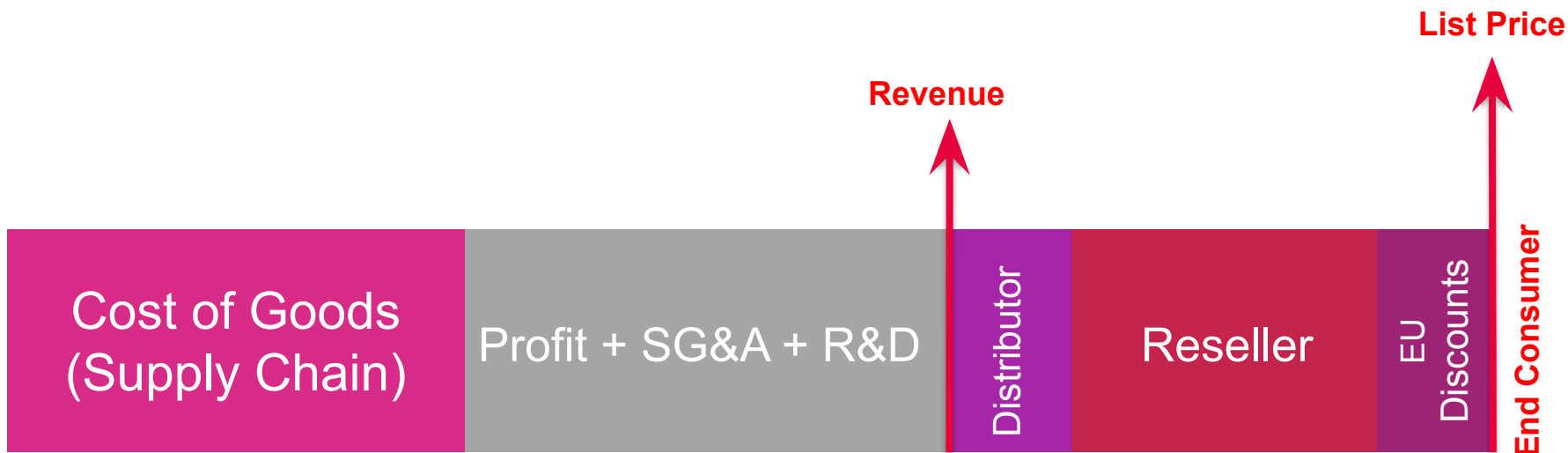
Източник: Mark Leslie, Stanford GSB

РИСЕЛЪРИ / RESELLERS



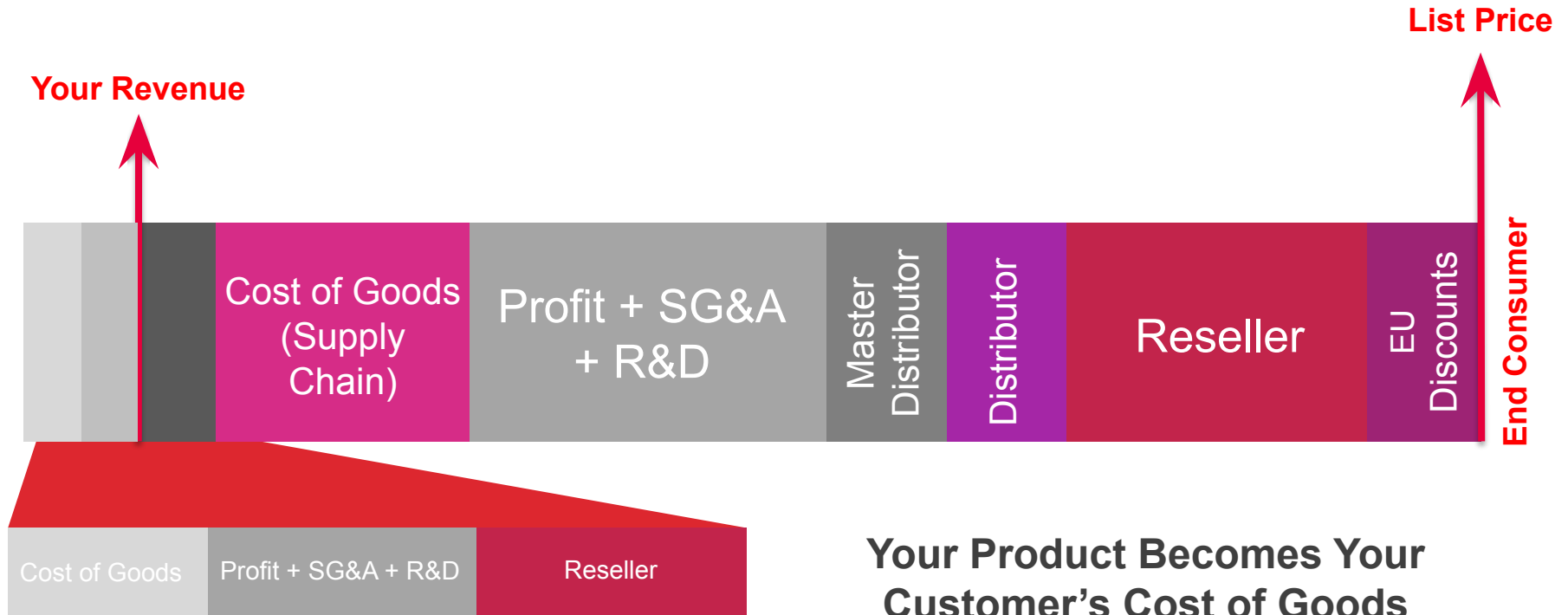
Източник: Mark Leslie, Stanford GSB

DISTRIBUTORS/RESELLERS



Източник: Mark Leslie, Stanford GSB

Original equipment manufacturer OEM or IP Licensing



ПРИМЕР: ИЗДАВАНЕ НА КНИГА

Publisher

National
Distributor

Printer

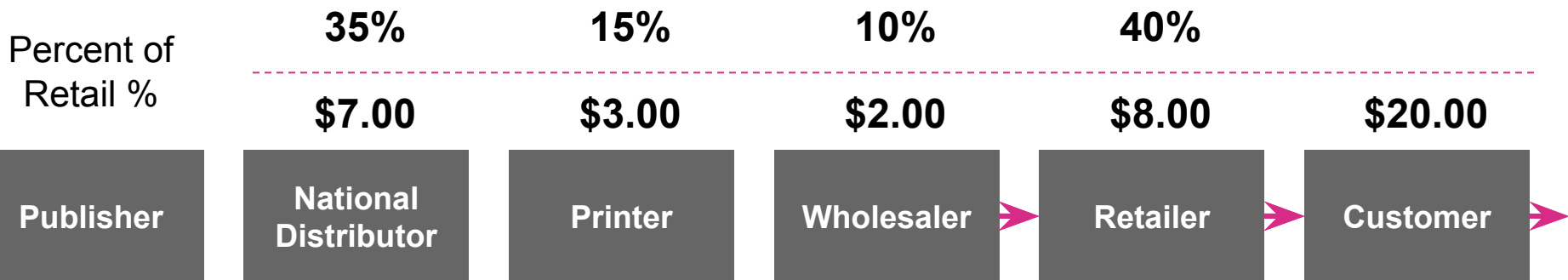
Wholesaler

Retailer

Customer



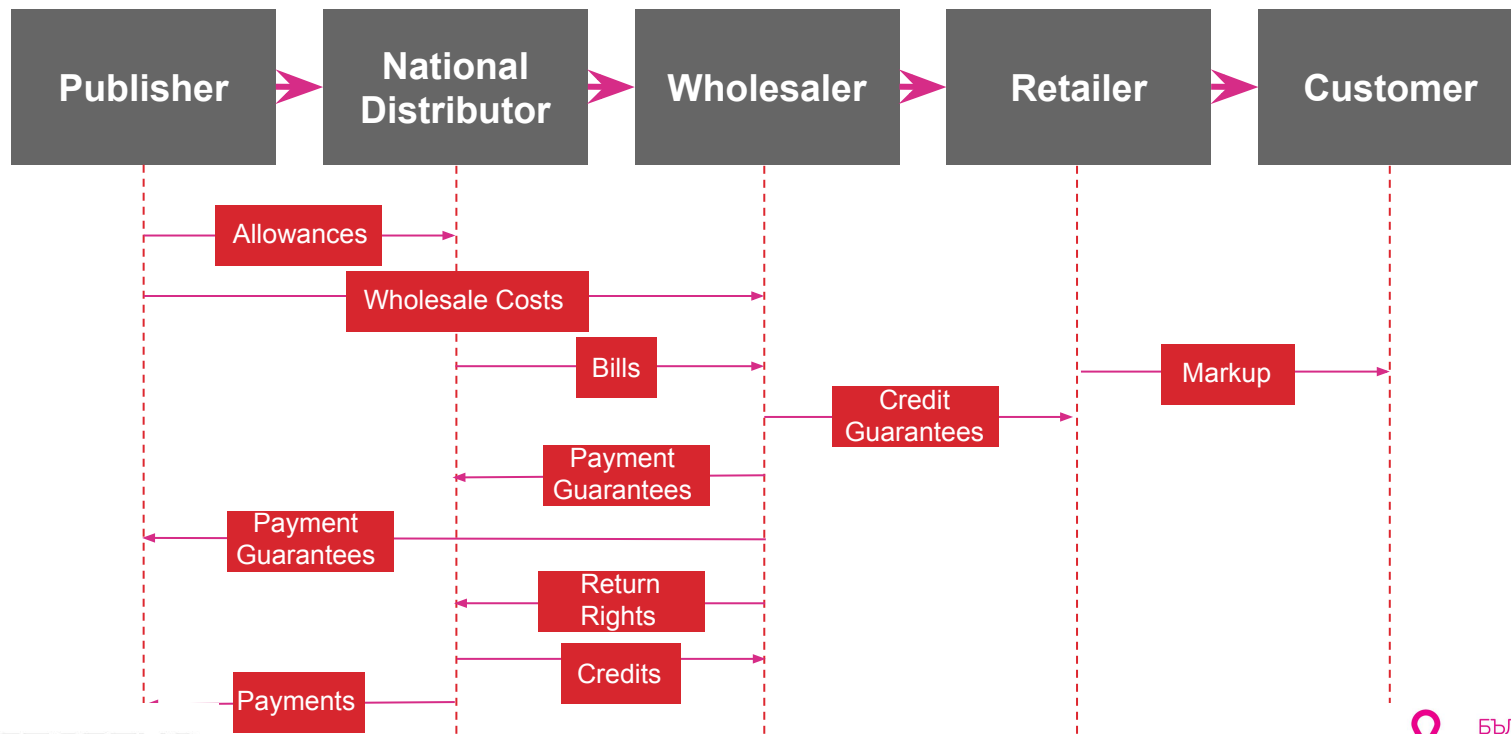
ПРИМЕР: ИЗДАВАНЕ НА КНИГА



•Ти получаваш:

- 35% of retail
- the distributor gets 10%
- the wholesaler gets 15%
- the retailer gets 40%
- less any *discount* they offer the customer

ИКОНОМИКА ПРИ ИЗДАВАНЕ НА КНИГА

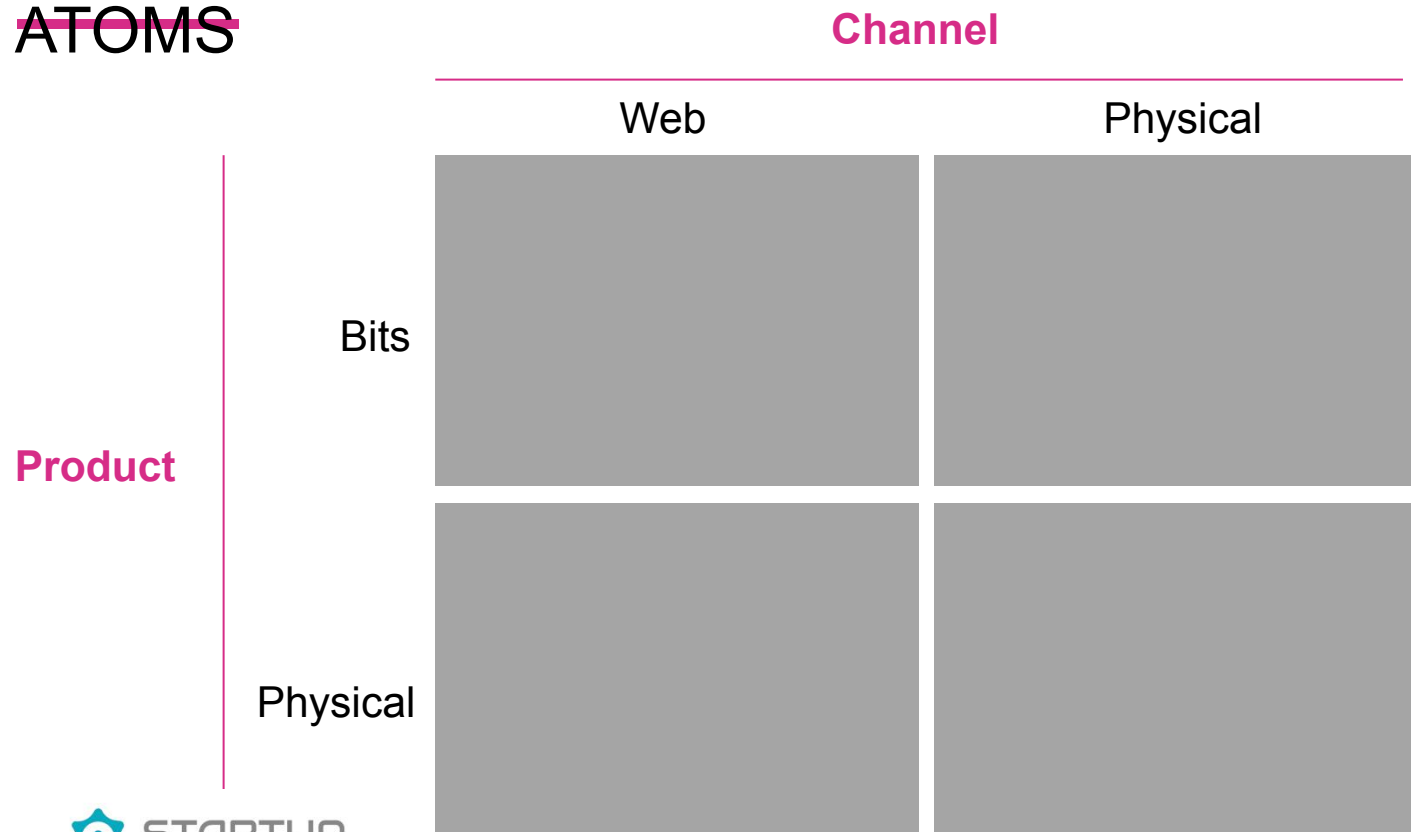


КАНАЛИ

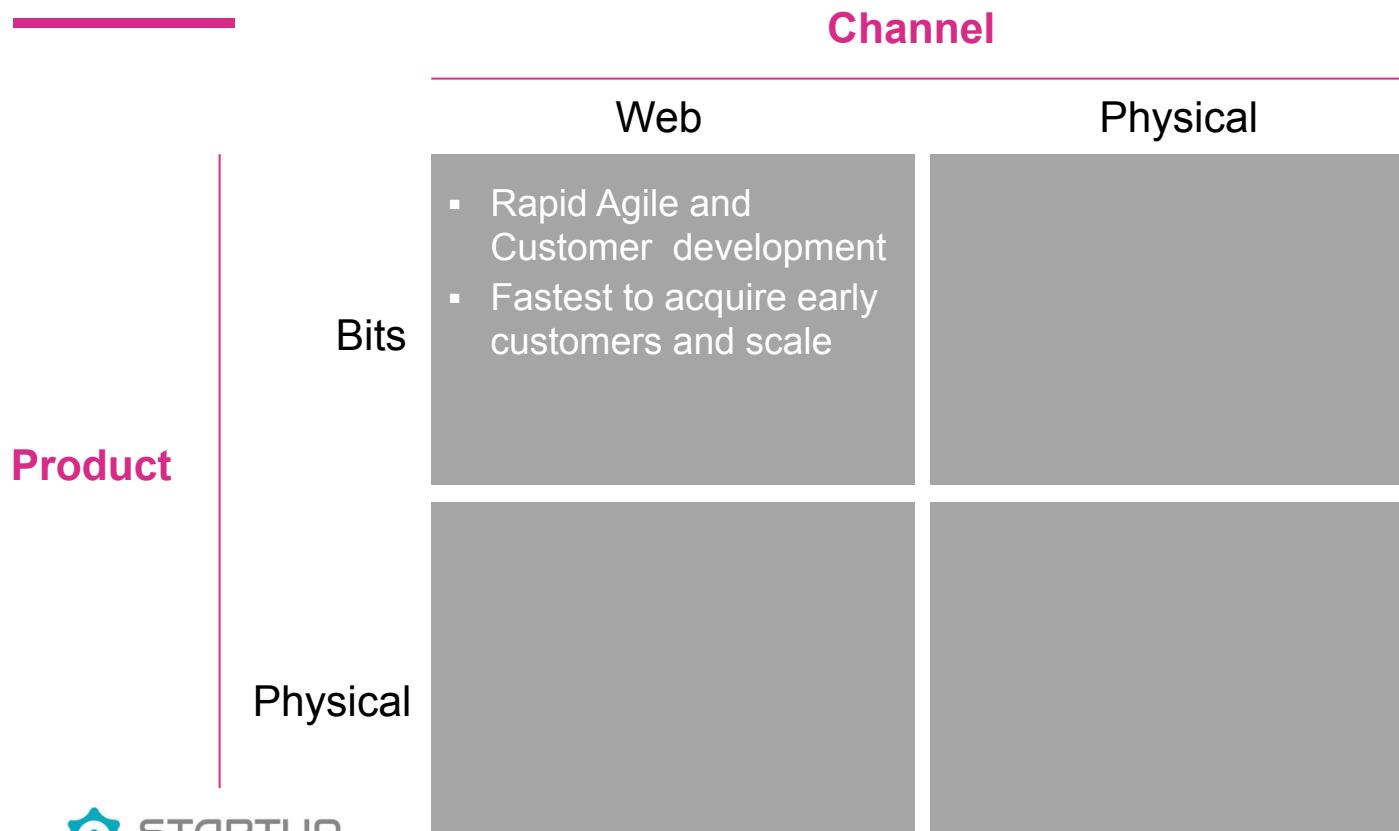
----- Nature of **Product Impact** Channel: Physical or Virtual? -----

- Достъпът до клиенти се мени постоянно
- Логистиката, свързана до вида продукт
- Хората като продукти

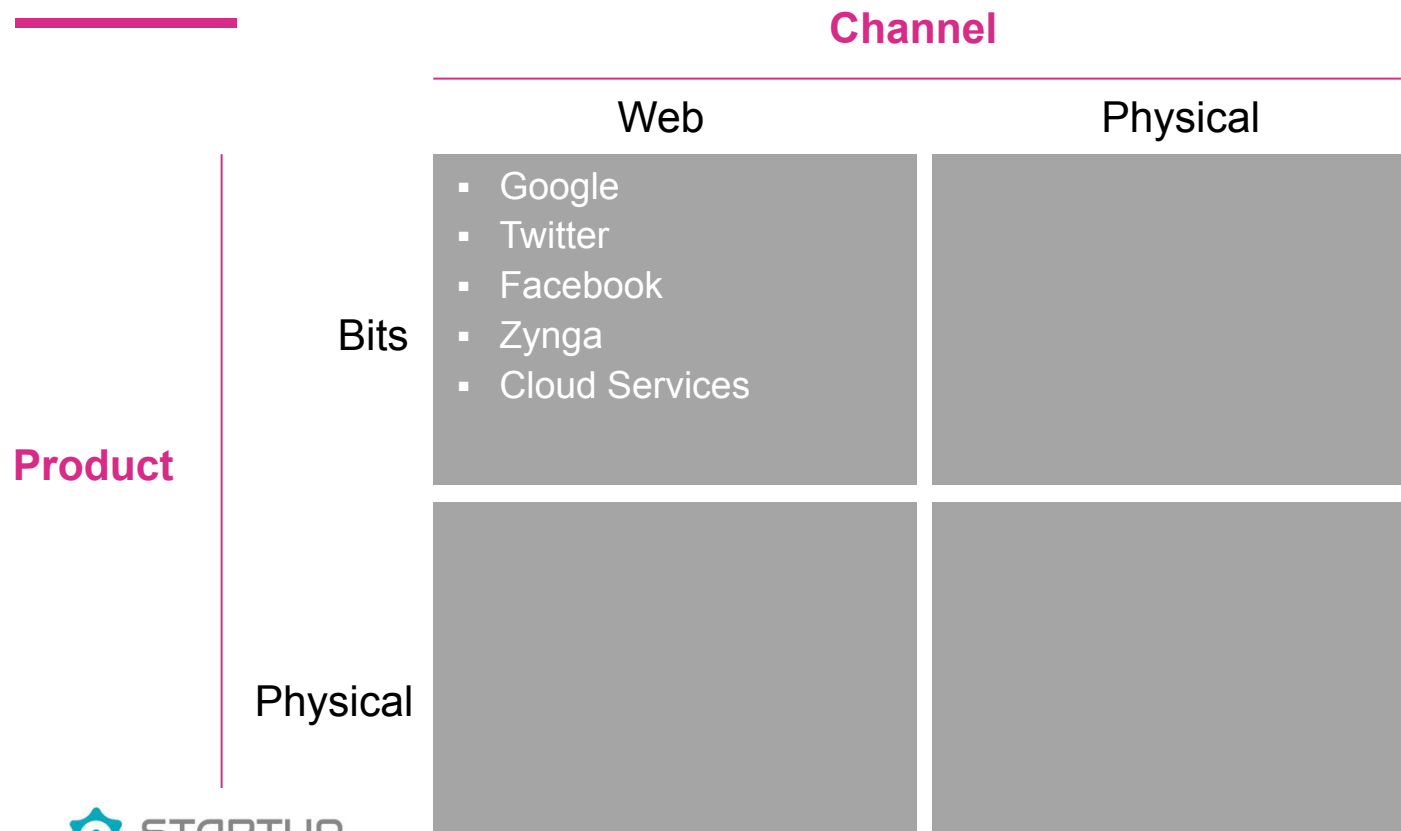
CHBITS vs. ~~ATOMS~~



PRODUCT AND CHANNEL ARE BITS



PRODUCT AND CHANNEL ARE BITS



WEB 2.0 PRODUCT/CHANNEL ARE BITS

		Channel	
		Web	Physical
Product	Bits	<ul style="list-style-type: none">▪ Rapid Agile and Customer development▪ Fastest to acquire early customers and scale	<ul style="list-style-type: none">▪ Rapid Agile and Customer development▪ Traditional sales channel▪ May require installation
	Physical		

TRADITIONAL ENTERPRISE SOFTWARE

		Channel	
		Web	Physical
Product	Bits	<ul style="list-style-type: none">▪ Google▪ Twitter▪ Facebook▪ Zynga▪ Cloud Services	<ul style="list-style-type: none">▪ Microsoft▪ SAP▪ Oracle
	Physical		

PHYSICAL PRODUCTS SOLD OVER THE WEB

		Channel	
		Web	Physical
Product	Bits	<ul style="list-style-type: none">▪ Rapid Agile and Customer development▪ Fastest to acquire early customers and scale	<ul style="list-style-type: none">▪ Rapid Agile and Customer development▪ Traditional sales channel▪ May require installation
	Physical	<ul style="list-style-type: none">▪ Rapid Customer development▪ Logistics, shipping and manufacturing critical▪ Customer service	

KILLING TRADITIONAL STOREFRONTS

		Channel	
		Web	Physical
Product	Bits	<ul style="list-style-type: none">▪ Google▪ Twitter▪ Facebook▪ Zynga▪ Cloud Services	<ul style="list-style-type: none">▪ Microsoft▪ SAP▪ Oracle
	Physical	<ul style="list-style-type: none">▪ Zappos▪ Amazon▪ Cafepress▪ Netflix▪ Consumer electronics	

THE FACTORIES MAY BE IN CHINA

		Channel	
		Web	Physical
Product	Bits	<ul style="list-style-type: none">▪ Rapid Agile and Customer development▪ Fastest to acquire early customers and scale	<ul style="list-style-type: none">▪ Rapid Agile and Customer development▪ Traditional sales channel▪ May require installation
	Physical	<ul style="list-style-type: none">▪ Rapid Customer development▪ Logistics, shipping and manufacturing critical▪ Customer service	<ul style="list-style-type: none">▪ Longer customer feedback cycle▪ May require large capital requirements for scale

KILLING TRADITIONAL STOREFRONTS

		Channel	
		Web	Physical
Product	Bits	<ul style="list-style-type: none">▪ Google▪ Twitter▪ Facebook▪ Zynga▪ Cloud Services	<ul style="list-style-type: none">▪ Microsoft▪ SAP▪ Oracle
	Physical	<ul style="list-style-type: none">▪ Zappos▪ Amazon▪ Cafepress▪ Netflix▪ Consumer electronics	<ul style="list-style-type: none">▪ Cars▪ Solar panels▪ Wind turbines▪ Bookstores▪ Consumer electronics

Работа в екип

- Помислете за няколко канала за дистрибуция на вашия продукт
 - (Salesmen, OEM's distributors, etc.)
- Какви са вашите предварителни хипотези за дистрибуторите?
- Ще се промени ли нещо в стойностното предложение Value Proposition?
- Актуализирайте вашия Canvas
- *Нарисувайте вашата диаграма на дистрибуционните канали*