

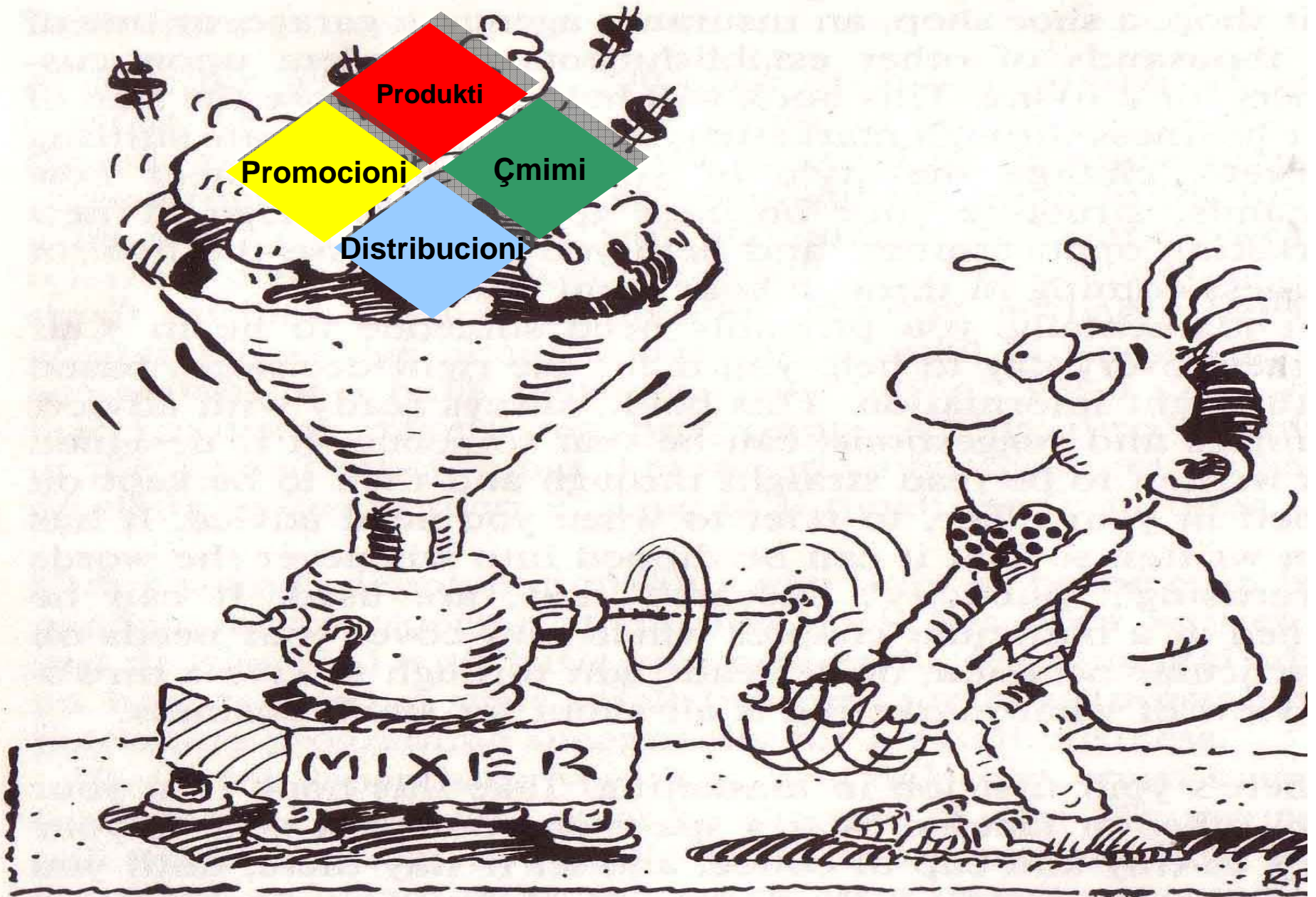
Politika e Distribucionit



Prof. Dr. Nail Reshidi

C'eshte Distribucioni?

- Nje nga kater elementet e Marketing Miksit qe ka per detyre:
 - *Krijoje kontaktet me konsumatore;*
 - *Shese produktet dhe*
 - *Liferoje produktet prej ndermarrjes deri te konsumatore (Logjistika).*



Produkti

Promocioni

Çmimi

Distribucioni

MIXER

RF

Llojet e kanaleve te distribucionit:

0- niveli I KD

Prodhuesi

Konsumatori

1- niveli I KD

Prodhuesi

SH. Pakice

Konsumatori

2- Nivele te KD

Prodhuesi

Sh. Shum.

Sh. pakice

konsumatori

3- Nivele te KD

Prodhues.

Sh. shumice

Agj. tregtar

Sh. pakice

konsumatori



PRODHUESI

Blerja është bërë nëpërmjet kanaleve tradicionale të furnizimit



SHITËSI ME SHUMICË

Blerja është bërë nëpërmjet rishitësit në internet



SHITËSI - INTERNET

Blerja është bërë direkt nga prodhuesi



SHITËSI ME PAKICË

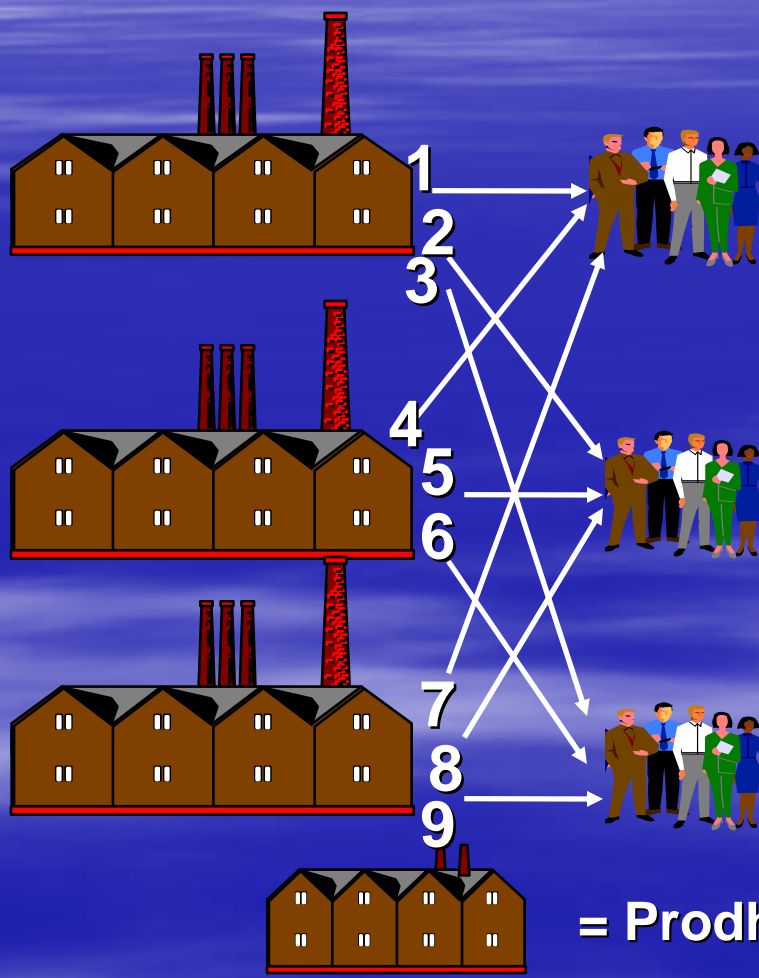


KONSUMATORI

2. Arsyet për përdorimin e kanaleve të distribuimit

- * Shumë prodhues kanë mungesë të mjetëve financiare;
- * Shitja e drejtpërdrejtë e produkteve konsumatorëve final do t'i detyronte prodhuesit që të behen ndërmjetës edhe për produkte të tjera komplementare.
- * Prodhuesit të cilët janë në gjendje financiare ta krijojnë rrjetin e vet të shpërndarjes, në shumicën e rasteve e shikojnë si më të arsyeshëm që ato mjete t'i investojnë në veprimtari të kryesore (në prodhim)
- * Shfrytëzimi i ndërmjetësve në masë të madhe i zvogëlon shpenzimet e shpërndarjes.

Si distribucioni i zvoqelon nr. E trensaksioneve? (1/2)

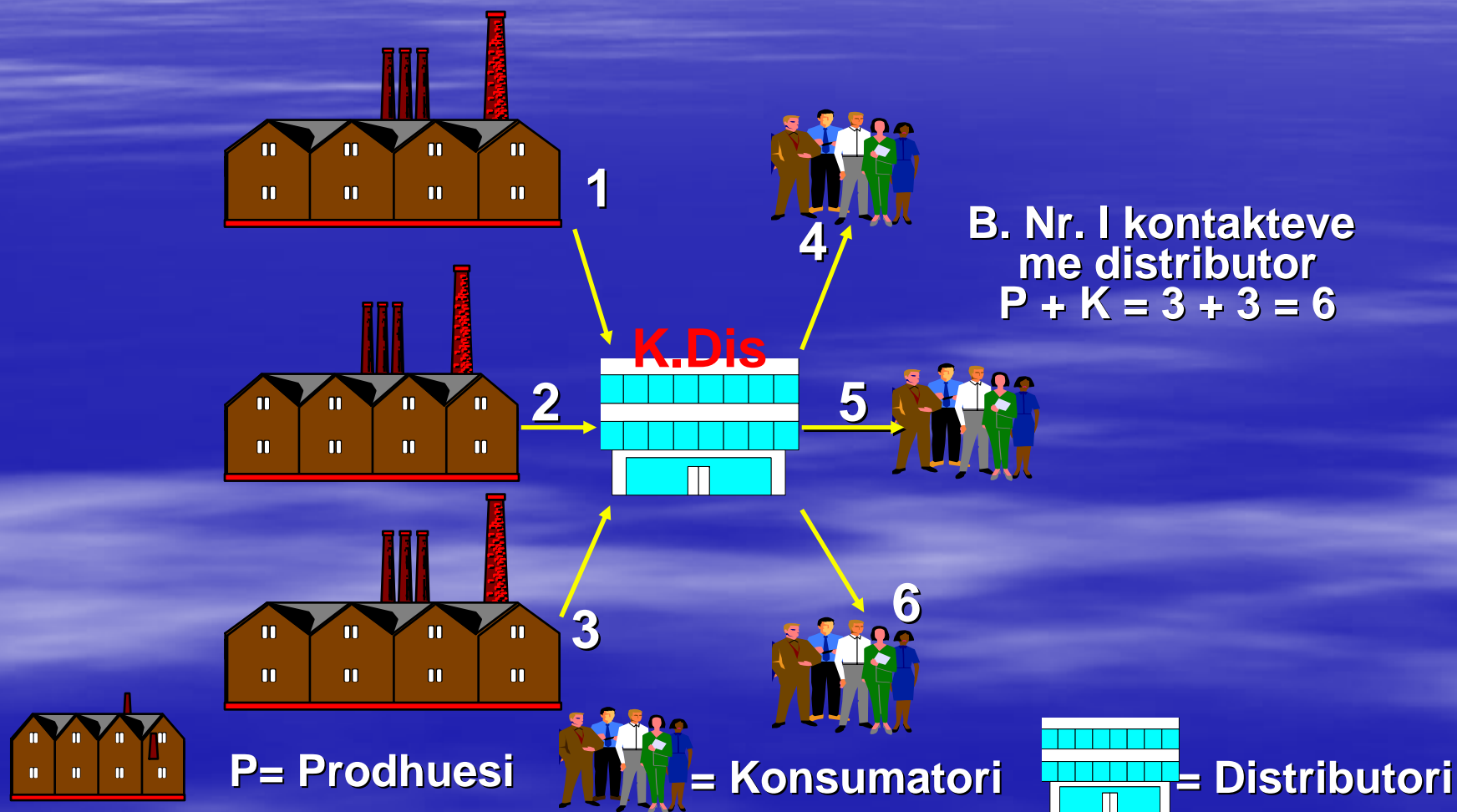


A. Nr. I kontakteve
pa distribucionin
 $P \times K = 3 \times 3 = 9$

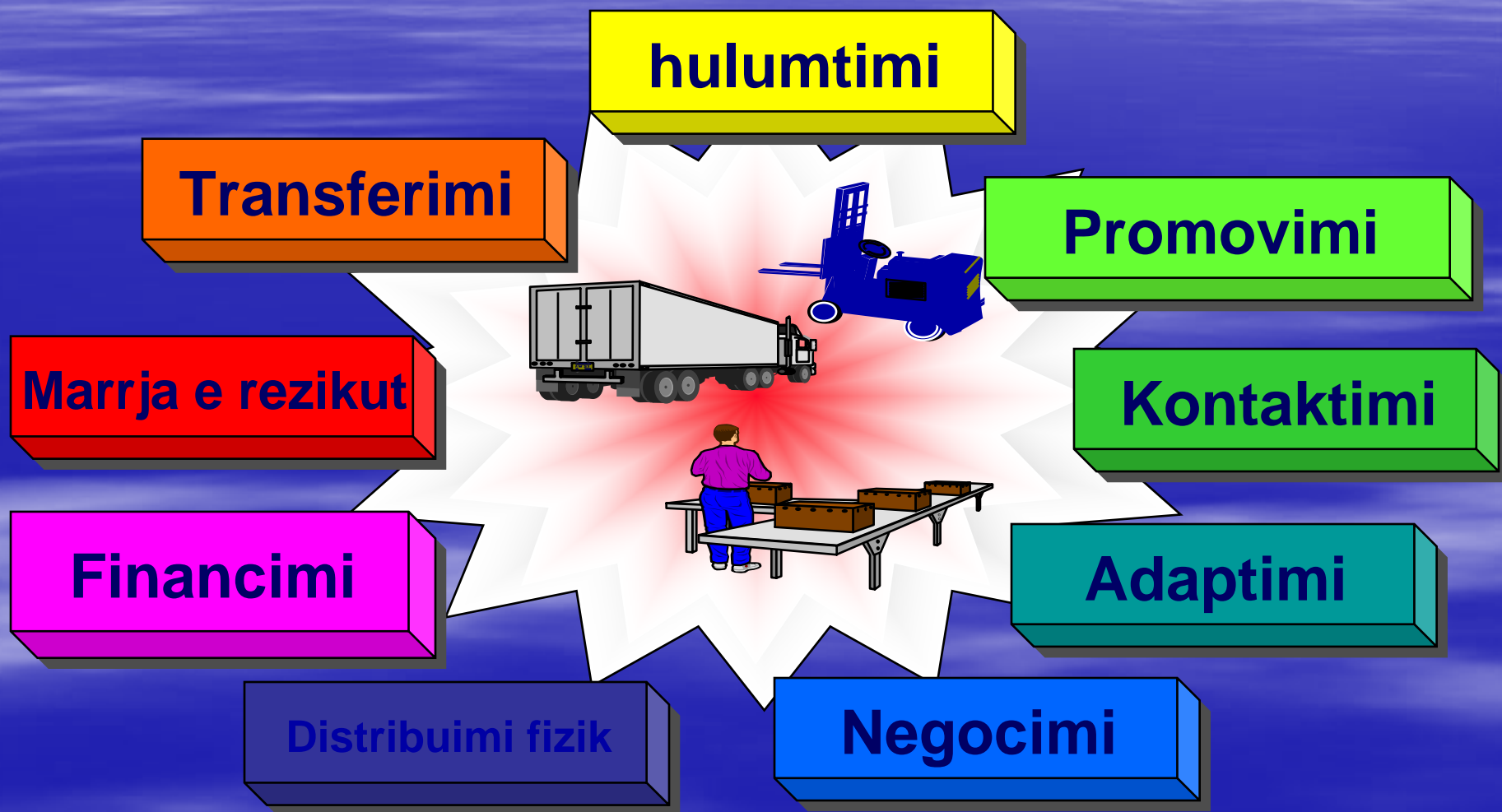


= Konsumatorët

Si distribucioni i zvogelon nr. E transaksioneve?



Cilat jane funksionet e Distribucionit?



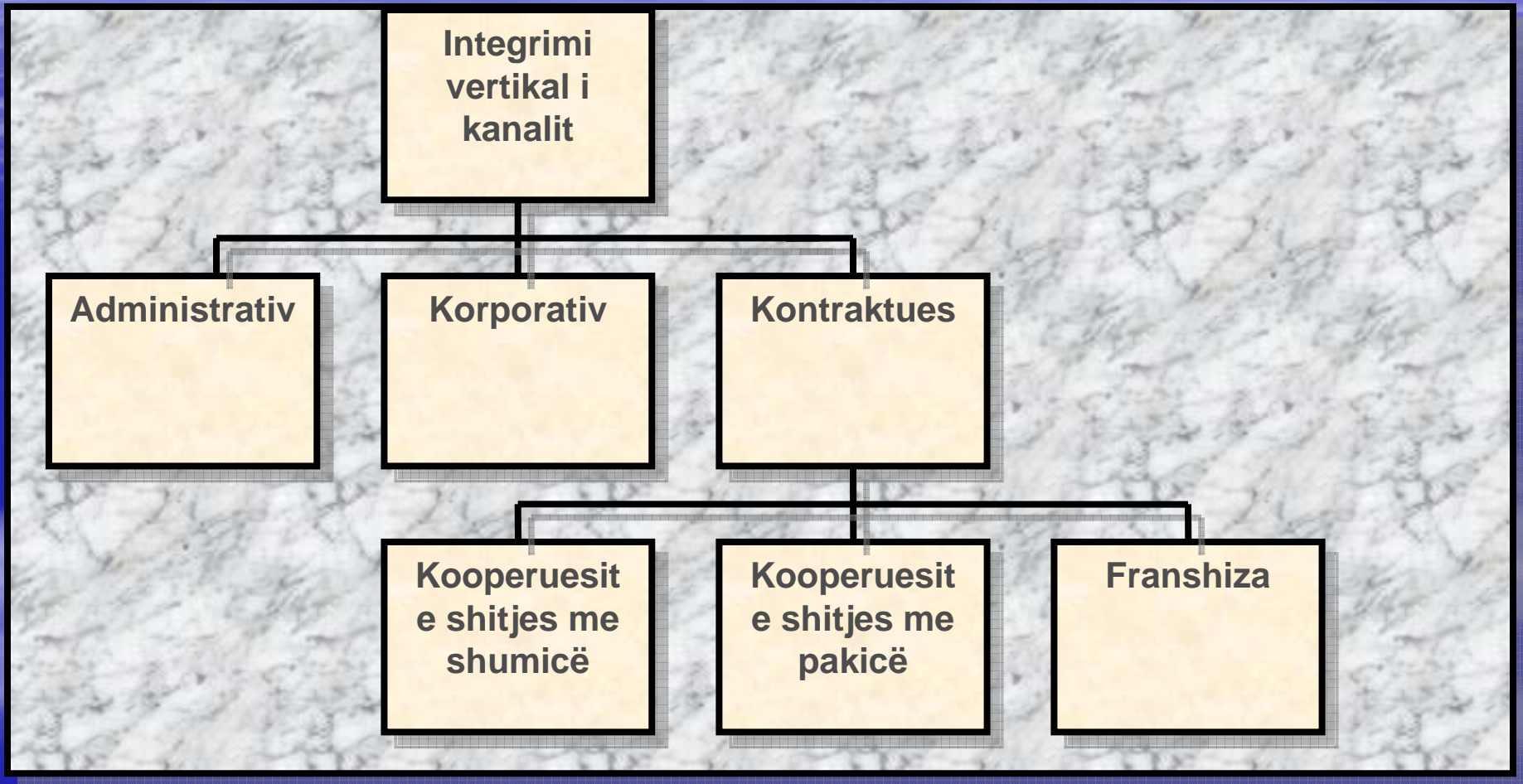
Stategjite integruese te KD

- Integrimi vertikal
- Integrimi horizontal dhe
- Integrimi shumekanalesh.

Integrimi i kanaleve të distribuimit

- Integrimi vertikal
 - në integrim administrativ
 - në integrim korporativ
 - në integrim kontraktues
- Integrimi horizontal
- Integrimi shumëkanalësh(të kombinuara)

Integrimi vertikal i kanalit



VI. Faktorët që ndikojnë në zgjedhjen e kanaleve të distribucionit



Kriteret per zgjedhjen e KD



- **Menaxheri duhet te kontrolloje KD me qellim qe te :**

- *Intervenojë gjatë paraqitjes te problemeve të ndryshme dhe t'i mbojë interesat e veta në treg.*
- *Ta ruajë dhe ta rrisë reputacionin e ndërmarrjes dhe të markave të produkteve të veta në treg.*
- *Komunikojë më lehtë me konsumatorët e vetë në treg.*

Strategjite alternative te KD

- Strategjia intenzive'
- Strategjia selektive dhe
- Strategjia ekskluzive.

Objektivat e SAD janë:

- Efikasiteti - (shpenzimet më të vogla, arritja në kohë të paraparë dhe ruajtja e cilësive të produkteve),
- Efektiviteti - (realizimi i shkallës më të lartë të rentabilitetit nëpërmjet raporteve të volitshme : shpenzimet ,vëllimi i shitjes dhe fitimi),
- shkalla e përmbushjes me efikase e kërkesave të konsumatorëve.

shitja në
një treg të
gjerë -orbit

numër i
madh i
ndërmjet.

shitja në
një treg të
zgjedhur-
mobilje

numër i
caktuar i
ndërmjet.

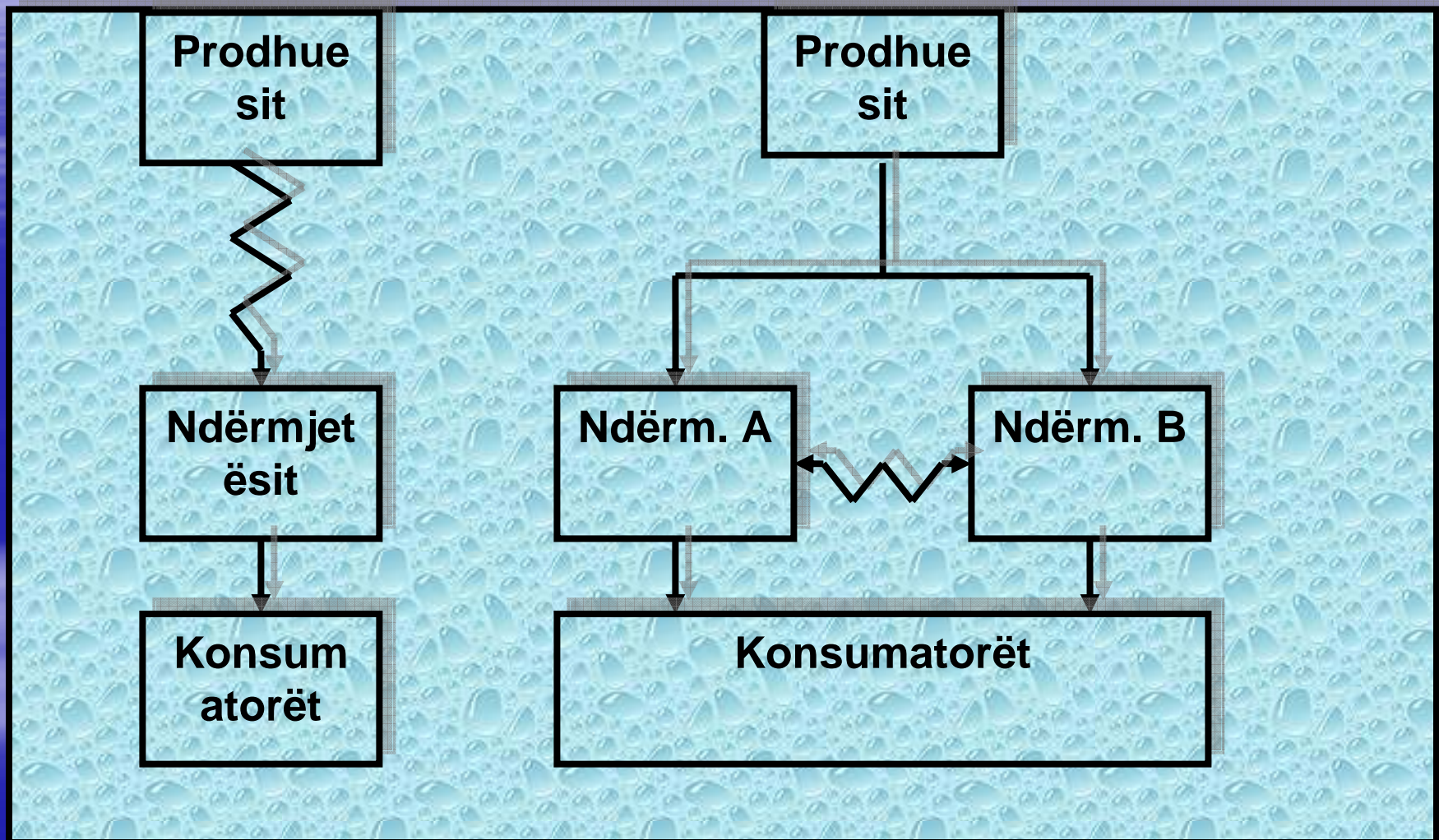
shitja në
një treg të
caktuar-
automobila

numër i
vogël i
ndërmjet.

Llojet e konflikteve ne KD

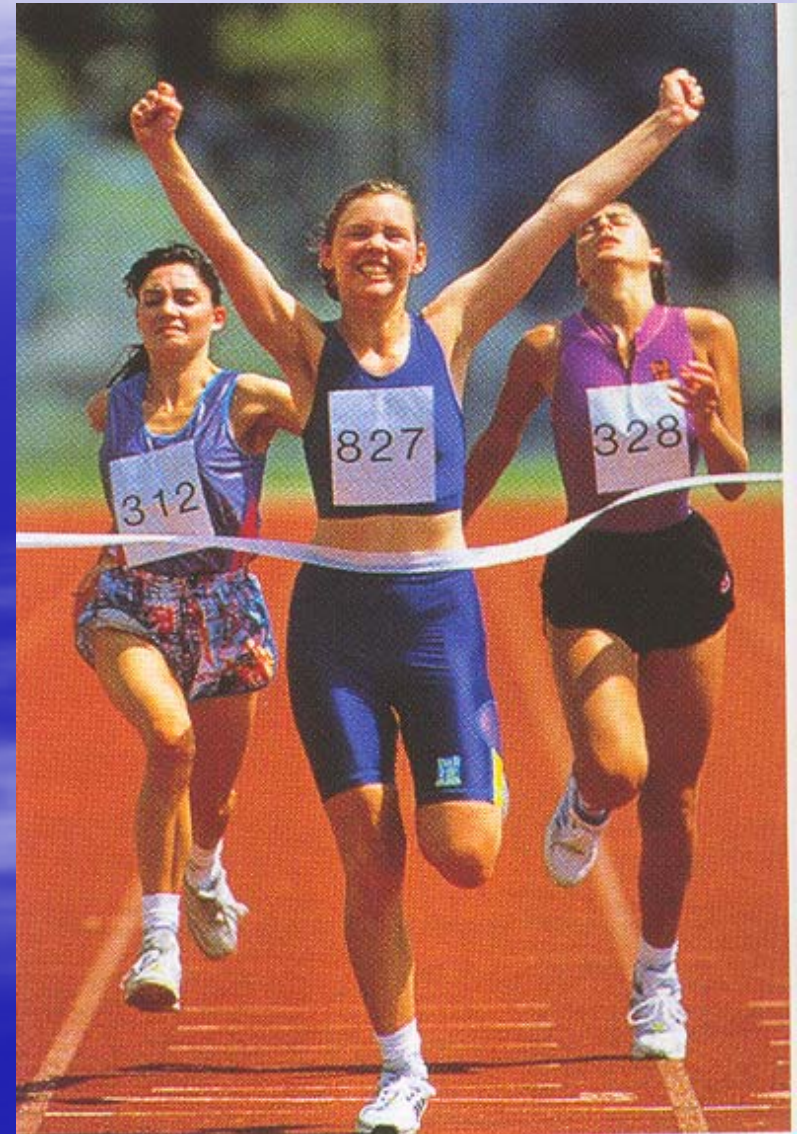
Konfliktet vertikale

Konfliktet horizontale



KD “Fitues –fitues”

- Fitues është shitësi që ka bërë shitje të sukseshme që mbeshtetet në:
 1. Krijimin e Konsumatorit lojal,
 2. Rritjen e fitimit të ndërmarrjes nëpërmjet kenaqjes te konsumatorit.





Gëzuar viti i ri 2009