

6. IZVOZNI FOKUS

INTEGRACIJA DISTRIBUTERJEV

MATJAŽ MEGLIČ, DIREKTOR PRODAJE IN MARKETINGA
ELAN D.O.O.



TAKE AWAY

UPORABNE VSEBINE

KAKO DOLOČITI STRUKTURO DISTRIBUCIJE?

KAKŠNE FUNKCIJE NAJ IZVAJA DISTRIBUCIJA?

ZAKAJ INTEGRACIJA DISTRIBUCIJE IZBOLJŠA NAŠE POSLOVANJE?

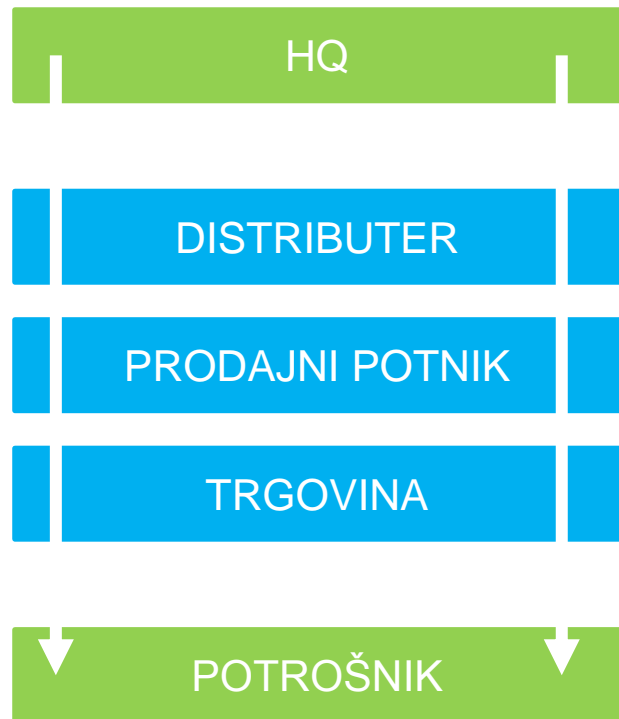
RIPSTICK ZGODBA

ZAČETEK



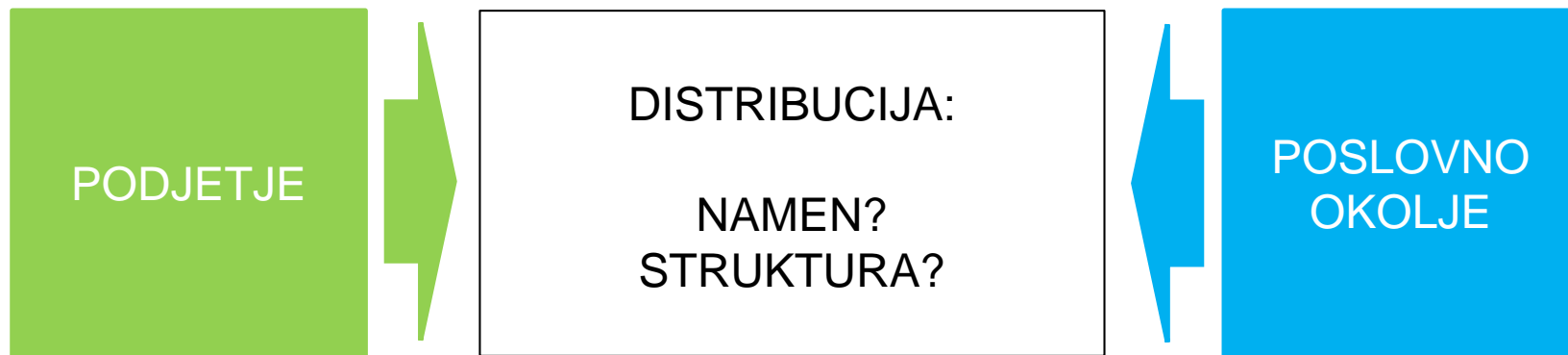
DISTRIBUCIJSKA MREŽA

PREGLED



DISTRIBUCIJSKA MREŽA

NAMEN IN STRUKTURA



PODJETJE

KATERE FUNKCIJE NAM UPRAVLJA DISTRIBUCIJA

ČLOVEŠKI VIRI – KDO OPRAVLJA DELO?

FINANČNI VIRI – KDO LAHKO FINANCIRA POSEL?

ZNANJE IN KOMPETENCE – ALI ZNAMO OPRAVLJATI DELO?

MREŽENJE – POZNAMO IN NAJDEMO POSEL?

KLJUČNO VPRAŠANJE: KAJ PODJETJU MANJKA?

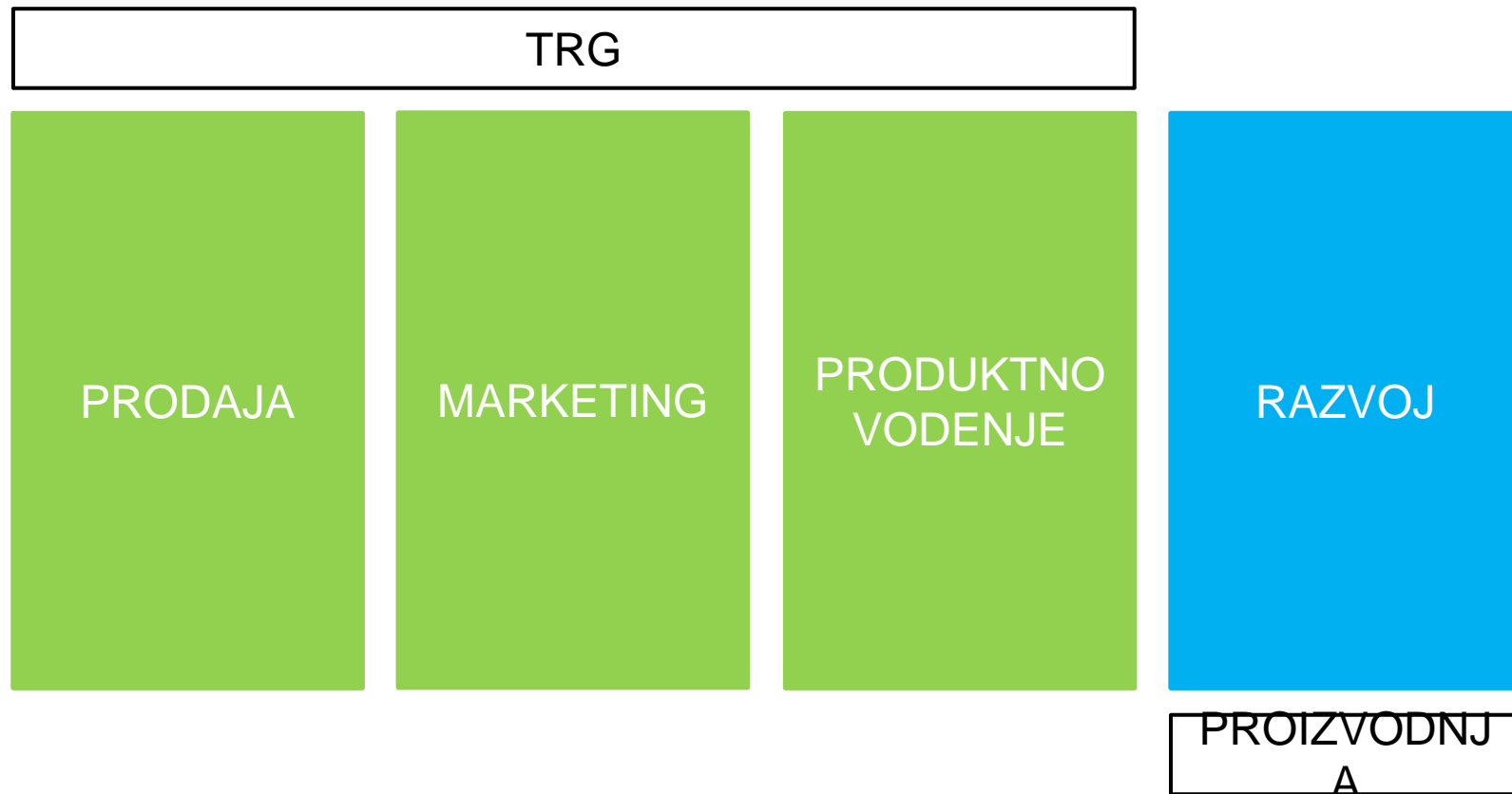
POSLOVNO OKOLJE

SVET ELANA IN INTEGRACIJA POSLOVNIH FUNKCIJ

PRODAJA	B2C		B2B		FINANCE
MARKETING	ŽELJE		POTREBE		LOGISTIKA
RAZVOJ	KRATKA ŽIVLJ. DOBA		DOLGA ŽIVLJ. DOBA		POPRODAJNE STORITVE
PRODAJA	DOLG PRODAJNI PROCES		KRATEK PRODAJNI PROCES		MARKETING

ORGANIZACIJA TRŽENJSKIH FUNKCIJ

ELAN: 3 ODDELKI



INTEGRACIJA DISTRIBUCIJE

1. KORAK

PRODUKTNI RAZVOJ



DISTRIBUCIJA IN RAZVOJ KOLEKCIJE

INTEGRACIJA V ODLOČEVALSKI PROCES

RAZVOJ KOLEKCIJE	VSEBINA	SODELUJOČI
KICK OFF	STRATEGIJA TRENDI	INTERNI
FOCUS1	OSNOVNI KONCEPTI SETUP	HČERINSKI TRGI
FOCUS2	DEFINICIJA KOLEKCIJE	KLJUČNI TRGI
FOCUS3	ZADNJI POPRAVKI	KLJUČNI TRGI
PRODAJNA KONFERENCA	PREDSTAVITEV	CELOTNA DISTRIBUCIJA

DISTRIBUCIJA IN RAZVOJ KOLEKCIJE

INTEGRACIJA V ODLOČEVALSKI PROCES

POZITIVNI UČINKI:

AKTIVNO SODELOVANJE KLJUČNIH TRGOV

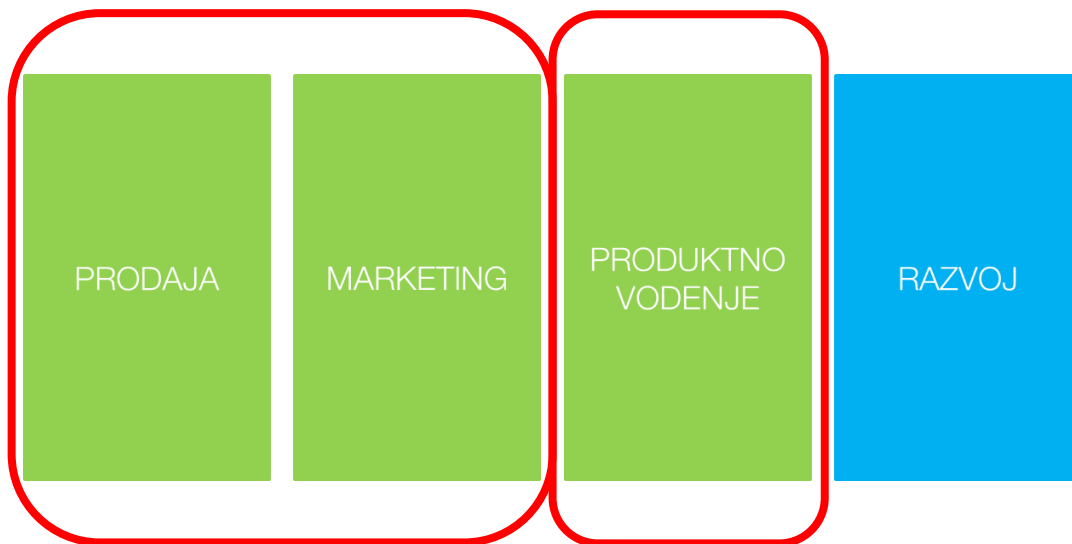
PRAVOČASNI RAZVOJ KOLEKCIJE – KLJUČNO ZA SEZONSKE SEKTORJE

PRODAJNE AKTIVNOSTI USMERJENE NA TRG, NE V LASTNO PRODAJNO MREŽO

INTEGRACIJA DISTRIBUCIJE

2. KORAK

TRŽENJE



DISTRIBUCIJA IN TRŽENJE

NADGRADNJA INTEGRACIJE: 3-FAZNI PROGRAM

I. FAZA



PROTOTIPI

II. FAZA



INDUSTRIJA

III. FAZA



POTROŠNIKI

DISTRIBUCIJA IN TRŽENJE

INTEGRACIJA V TRŽENJSKI PROCES

POZITIVNI UČINKI:

ISTOČASNI RAZVOJ PROGRAMOV PRODAJE, MARKETINGA IN KOLEKCIJE

POVIŠAN ROI TRŽENJSKIH PROGRAMOV

ZMANJŠAN KOMUNIKACIJSKI **ŠUM**

RIPSTICK ZGODBA

ZAKLJUČEK



POVZETEK

INTEGRACIJA DISTRIBUCIJE

KAKO GRADITI DISTRIBUCIJO:

ANALIZA POTREB PODJETJA IN ZNAČILNOSTI POSLOVNEGA OKOLJA

SMISEL INTEGRACIJE:

IZBOLJŠANA KOMUNIKACIJA HQ/DISTRIBUCIJA

POVIŠAN ROI TRŽENJSKIH PROGRAMOV

elan

