

## Przewaga B. Przewaga dystrybucyjna

W tabeli 1 (26). **odpowiedz** na pytania dotyczące przewagi dystrybucyjnej w twojej firmie. Odpowiedzi wymagają od ciebie **doświadczenia**, a niektóre **dokładnych danych** na temat sposobu kształtowania dystrybucji w twojej firmie.

Odpowiedź na **wszystkie** pytania może zająć trochę czasu, ale nie rezygnuj! Nawet odpowiedź udzielona „na wycucie” jest lepsza niż jej brak. Tylko wówczas otrzymasz odpowiedź, czym charakteryzuje przewaga konkurencyjna twojej firmy w zakresie dystrybucji.

**Tabela 1 (26). Przewaga dystrybucyjna**

Nr	Elementy przewagi dystrybucyjnej	Odpowiedzi	
1.	Co jest celem dystrybucji twoich produktów lub usług? Dokończ zdanie: dostarczenie nabywcom produktów lub usług...	we właściwej jakości.	
		w odpowiednim czasie.	
		w odpowiednim miejscu.	
		przy najbardziej dogodnych formach i warunkach płatności.	
		po możliwie najniższych kosztach.	
<b>Wyjaśnienie:</b> Rozdział 7.5.2.			
2.	Ile podmiotów (sklepów, biur, salonów sprzedaży, przedstawicieli handlowych) sprzedaje twoje produkty lub usługi nabywcy finalnemu? Podaj liczbę.		
	<b>Wyjaśnienie:</b> Rozdział 4.4.3. Ważne: jeśli firma sprzedaje większą liczbę rodzajów produktów lub usług, na to pytanie należy odpowiedzieć osobno dla każdego lub każdej z nich. Jest tak dlatego, że różne produkty i usługi mogą mieć zupełnie różne kanały dystrybucji.		
3.	Jakie zjawiska mają miejsce w twoim kanale dystrybucji produktów lub usług?	przepływ informacji od twojej firmy do nabywcy	
		przepływ informacji od nabywcy do twojej firmy	
		wspieranie pozyskiwania nabywców	
		fizyczne przemieszczanie produktu lub usługi	
		przekazywanie prawa własności	
		finansowanie elementów kanału znajdujących się wcześniej	
<b>Wyjaśnienie:</b> Rozdział 7.5.2. Ważne: jeśli firma sprzedaje większą liczbę rodzajów produktów lub usług, na to pytanie należy odpowiedzieć osobno dla każdego lub każdej z nich. Jest tak dlatego, że różne produkty i usługi mogą mieć zupełnie różne kanały dystrybucji.			
4.	W jakim stopniu twój system dystrybucji zapewnia terminowość dostaw twoich produktów lub usług?	niskim	
		dość niskim	
		umiarkowanym	
		dość wysokim	
		wysokim	
<b>Wyjaśnienie:</b> Rozdział 7.5.2. Zaznacz tylko jedną odpowiedź.			

5.	W jakim stopniu twój system dystrybucji zapewnia dogodne miejsca zakupu twoich produktów lub usług?	niskim	
		dość niskim	
		umiarkowanym	
		dość wysokim	
		wysokim	
<p><b>Wyjaśnienie:</b> Rozdział 7.2. Zaznacz tylko jedną odpowiedź.                  Ważne: jeśli firma sprzedaje większą liczbę rodzajów produktów lub usług, na to pytanie należy odpowiedzieć osobno dla każdego lub każdej z nich. Jest tak dlatego, że różne produkty i usługi mogą mieć zupełnie różne kanały dystrybucji.</p>			
6.	W jakim stopniu twój system dystrybucji zapewnia dogodny czas zakupu twoich produktów lub usług?	niskim	
		dość niskim	
		umiarkowanym	
		dość wysokim	
		wysokim	
<p><b>Wyjaśnienie:</b> Rozdział 7.5.2. Zaznacz tylko jedną odpowiedź.                  Ważne: jeśli firma sprzedaje większą liczbę rodzajów produktów lub usług, na to pytanie należy odpowiedzieć osobno dla każdego lub każdej z nich. Jest tak dlatego, że różne produkty i usługi mogą mieć zupełnie różne kanały dystrybucji.</p>			
7.	W jakim stopniu twój system dystrybucji zapewnia dostępność części zamiennych twoich produktów lub możliwość ponownego świadczenia usług?	niskim	
		dość niskim	
		umiarkowanym	
		dość wysokim	
		wysokim	
<p><b>Wyjaśnienie:</b> Rozdział 7.5.2. Zaznacz tylko jedną odpowiedź.                  Ważne: jeśli firma sprzedaje większą liczbę rodzajów produktów lub usług, na to pytanie należy odpowiedzieć osobno dla każdego lub każdej z nich. Jest tak dlatego, że różne produkty i usługi mogą mieć zupełnie różne kanały dystrybucji.</p>			
8.	W jakim stopniu twój system dystrybucji zapewnia wprowadzanie nowych produktów lub usług na nowe obszary geograficzne?	niskim	
		dość niskim	
		umiarkowanym	
		dość wysokim	
		wysokim	
<p><b>Wyjaśnienie:</b> Rozdział 7.3. Zaznacz tylko jedną odpowiedź.</p>			
9.	W jakim stopniu twój system dystrybucji zapewnia wprowadzanie nowych produktów lub usług do nowych segmentów rynku?	niskim	
		dość niskim	
		umiarkowanym	
		dość wysokim	
		wysokim	
<p><b>Wyjaśnienie:</b> Rozdział 7.3. Zaznacz tylko jedną odpowiedź.</p>			
10.	W jakim stopniu twój system dystrybucji zapewnia możliwość serwisowania produktów lub usług?	niskim	
		dość niskim	
		umiarkowanym	
		dość wysokim	
		wysokim	
<p><b>Wyjaśnienie:</b> Rozdział 7.5.2. Zaznacz tylko jedną odpowiedź.                  Ważne: jeśli firma sprzedaje większą liczbę rodzajów produktów lub usług, na to pytanie należy odpowiedzieć osobno dla każdego lub każdej z nich. Jest tak dlatego, że różne produkty i usługi mogą mieć zupełnie różne kanały dystrybucji.</p>			

	dla każdego lub każdej z nich. Jest tak dlatego, że różne produkty i usługi mogą mieć zupełnie różne kanały dystrybucji.		
11.	W jakim stopniu twój system dystrybucji zapewnia optymalizację wielkości dostaw twoich produktów lub usług?	niskim	
		dość niskim	
		umiarkowanym	
		dość wysokim	
		wysokim	
<b>Wyjaśnienie:</b> Rozdział 7.5.2. Zaznacz tylko jedną odpowiedź. Ważne: jeśli firma sprzedaje większą liczbę rodzajów produktów lub usług, na to pytanie należy odpowiedzieć osobno dla każdego lub każdej z nich. Jest tak dlatego, że różne produkty i usługi mogą mieć zupełnie różne kanały dystrybucji.			
12.	Który z przedstawionych schematów kanału dystrybucji przedstawia twoją sytuację?	twoja firma i nabywca	
		twoja firma, detalista i nabywca	
		twoja firma, hurtownik, detalista i nabywca	
		twoja firma, agent, hurtownik, detalista i nabywca	
		twoja firma, agent, hurtownik, agent, detalista i nabywca	
<b>Wyjaśnienie:</b> Rozdział 7.5.2. Zaznacz tylko jedną odpowiedź. Ważne: jeśli firma sprzedaje większą liczbę rodzajów produktów lub usług, na to pytanie należy odpowiedzieć osobno dla każdego lub każdej z nich. Jest tak dlatego, że różne produkty i usługi mogą mieć zupełnie różne kanały dystrybucji.			
13.	Jaki jest czas otwarcia punktu sprzedaży (biura) w ciągu dnia? (podaj w godzinach)		
	<b>Wyjaśnienie:</b> Rozdział 7.5.2. Ważne: jeśli firma sprzedaje większą liczbę rodzajów produktów lub usług, na to pytanie należy odpowiedzieć osobno dla każdego lub każdej z nich. Jest tak dlatego, że różne produkty i usługi mogą mieć zupełnie różne kanały dystrybucji.		
14.	Ilu sprzedawców lub pracowników obsługi klienta przypada na 100 klientów w miejscu dystrybucji twoich produktów lub usług? (podaj liczbę)		
	<b>Wyjaśnienie:</b> Rozdział 7.5.2. Ważne: jeśli firma sprzedaje większą liczbę rodzajów produktów lub usług, na to pytanie należy odpowiedzieć osobno dla każdego lub każdej z nich. Jest tak dlatego, że różne produkty i usługi mogą mieć zupełnie różne kanały dystrybucji.		
15.	Jeśli twoje przedsiębiorstwo prowadzi sprzedaż detaliczną produktów lub usług, w jakich miejscach się ona odbywa?	sklepy ogólnobranżowe	
		sklepy jednobranżowe	
		sklepy dyskontowe	
		centra handlowe w centrum miast	
		centra handlowe poza miastem	
		supermarkety i hipermarkety	
		handel wysyłkowy	
		sprzedaż w domach nabywców	
		telesprzedaż	
		sprzedaż w internecie	
		własna sieć sklepów lub punktów sprzedaży	
<b>Wyjaśnienie:</b> Rozdział 7.5.2. Ważne: jeśli firma sprzedaje większą liczbę rodzajów produktów lub usług, na to pytanie należy odpowiedzieć osobno dla każdego lub każdej z nich. Jest tak dlatego, że różne produkty i usługi mogą mieć zupełnie różne kanały dystrybucji.			
16.	Do jakich elementów punktu sprzedaży przywiązuje wagę	charakter lokalizacji miejsca zakupu	

	twoja firma?	charakter wnętrza miejsca zakupu	
		wyposażenie udogodnienia dla nabywcy w miejsca zakupu	
		kolorystyka miejsca i jego wyposażenia	
		rodzaj oświetlenia miejsca i jego wyposażenia	
		ubiór pracowników w miejscu sprzedaży	
		rozmieszczenie produktów lub rzeczywistych efektów usług	
<p><b>Wyjaśnienie:</b> Rozdział 7.5.2.                  Ważne: jeśli firma sprzedaje większą liczbę rodzajów produktów lub usług, na to pytanie należy odpowiedzieć osobno dla każdego lub każdej z nich. Jest tak dlatego, że różne produkty i usługi mogą mieć zupełnie różne kanały dystrybucji.</p>			
17.	W jakim stopniu zapewniona jest sprawność transportowa pomiędzy elementami kanału dystrybucji?	niskim	
		dość niskim	
		umiarkowanym	
		dość wysokim	
		wysokim	
<p><b>Wyjaśnienie:</b> Rozdział 7.5.2. Zaznacz tylko jedną odpowiedź.</p>			
18.	Jaki jest przeciętny czas, poświęcony przez nabywcę na zakup twojego produktu lub usługi? (podaj w jednostkach czasu, np. minuty, godziny, dni)		
	<p><b>Wyjaśnienie:</b> Rozdział 7.5.2.                  Ważne: jeśli firma sprzedaje większą liczbę rodzajów produktów lub usług, na to pytanie należy odpowiedzieć osobno dla każdego lub każdej z nich. Jest tak dlatego, że różne produkty i usługi mogą mieć zupełnie różne kanały dystrybucji.</p>		
19.	W przypadku nowego produktu lub usługi, jak często sposób dystrybucji jest trwałym elementem planu marketingowego dla tego nowego towaru?	nigdy	
		rzadko	
		czasami	
		często	
		zawsze	
<p><b>Wyjaśnienie:</b> Rozdział 7.5.2. Zaznacz tylko jedną odpowiedź.</p>			
20.	W jakim stopniu twój system dystrybucji zapewnia wycofanie sprzedawanych produktów lub usług w przypadku takiej konieczności technicznej, prawnej, finansowej itp.?	niskim	
		dość niskim	
		umiarkowanym	
		dość wysokim	
		wysokim	
<p><b>Wyjaśnienie:</b> Rozdział 7.5.2. Zaznacz tylko jedną odpowiedź.</p>			

Źródło: opracowanie własne