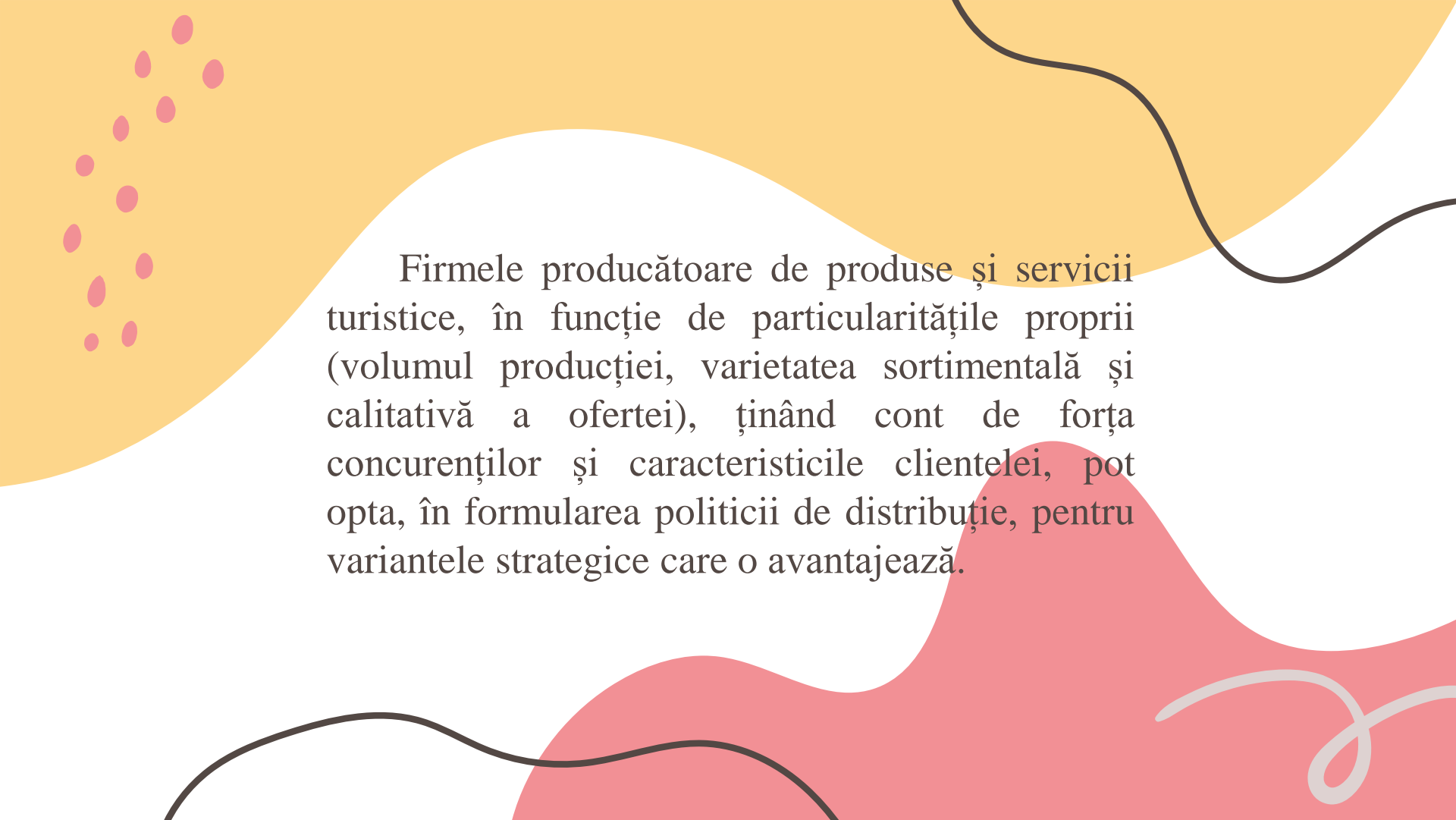




STRATEGII DE DISTRIBUȚIE PENTRU PRODUSELE TURISTICE

Disciplina: Administrarea firmei

Clasa: a XI – a A



Firmele producătoare de produse și servicii turistice, în funcție de particularitățile proprii (volumul producției, varietatea sortimentală și calitativă a ofertei), ținând cont de forța concurenților și caracteristicile clientelei, pot opta, în formularea politicii de distribuție, pentru variantele strategice care o avantajează.

Variantele strategice cele mai frecvent utilizate în activitatea de distribuție pe piețele turistice sunt:

Distribuția selectivă;

Distribuția exclusivă;

Distribuția intensivă.





DISTRIBUȚIA SELECTIVĂ

Presupune selecționarea unui număr limitat de agenți (intermediari) distribuitori. În acest fel, întreprinderea ofertantă poate controla mai bine segmentele de piață din aria respectivă, cărora li se adresează produsele sale și, de asemenea, poate realiza un cost mai scăzut al distribuției.

DISTRIBUȚIA EXCLUSIVĂ

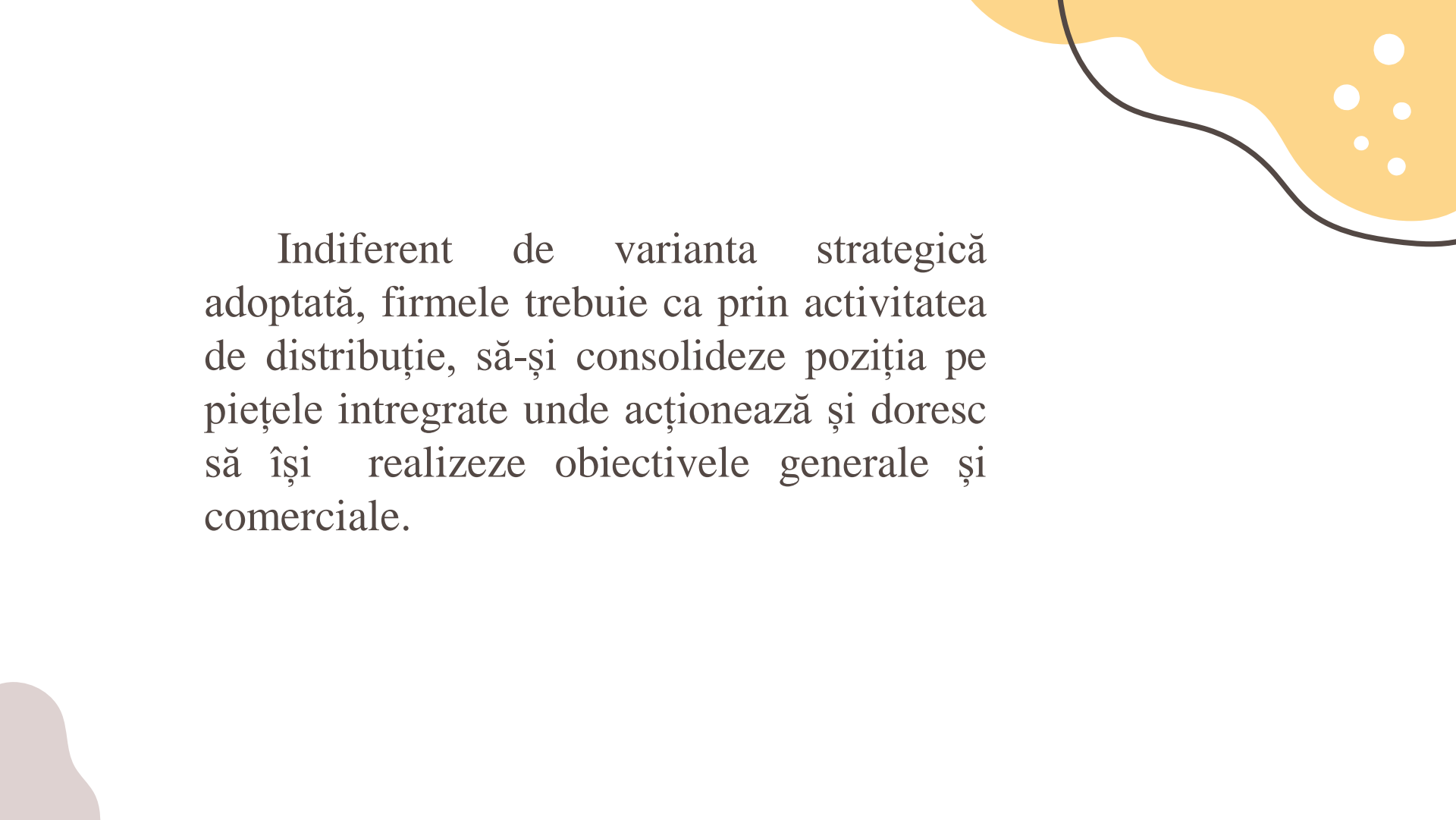
Implică utilizarea rețelei de distribuție a unui singur intermediar pe o piață determinată sau arie geografică strictă.

DISTRIBUȚIA INTENSIVĂ

Presupune utilizarea de unități de distribuție care să asigure vânzarea produsului unic al unei întreprinderi ofertante.

În condițiile pieței turistice internaționale, întreprinderile ofertante recurg, în mod obișnuit, la implementarea mai multor strategii de distribuție în funcție de condițiile concrete ale pieței unde își desfac produsele.





Indiferent de varianta strategică adoptată, firmele trebuie ca prin activitatea de distribuție, să-și consolideze poziția pe piețele integrate unde acționează și doresc să își realizeze obiectivele generale și comerciale.

ÎNTREBĂRI?



Handwritten signature

VĂ MULȚUMESC PENTRU ATENȚIE!



Handwritten signature