

Hoofdstuk 9 Praktijkvragen

1. Je bedrijf heeft pas een nieuwe lijn biologische levensmiddelen ontwikkeld. Waar moet je rekening mee houden bij de selectie van kanaalleden? Welke methoden pas je toe om de kanaalleden te motiveren om hun best te doen voor je? Hoe evalueer je uiteindelijk de prestatie van de kanaalleden?
2. Wegens de vooruitgang op technologisch gebied en het voortdurend groeiende gebruik van internet hebben veel bedrijven op internet distributiekanaal gecreëerd die tussenpersonen omzeilen en zich regelrecht op de consument richten. Geef een voorbeeld van een bedrijf dat deze aanpak heeft toegepast. Wat zijn de voordelen voor een bedrijf dat zich via internet rechtstreeks richt tot de klant? Wat zijn de nadelen van deze strategie voor de fabrikant en de consument?
3. Kies een van de volgende ketens (C&A, Bruna, InterSport) en een plaatselijke zelfstandige winkelier die dezelfde soort en kwaliteit producten verkoopt. Vergelijk de twee detailhandels qua doelmarkt, productassortiment en service, winkelsfeer, prijzen, promotie-instrumenten en locatie. Waarom zou iemand de een verkiezen boven de ander als hij iets wil dat in allebei de winkels te koop is?
4. Ga naar een winkel in de buurt die ook een website heeft (bijvoorbeeld Gamma, HEMA, Expert). Beantwoord de volgende vragen als je zowel de winkel als de website hebt bezocht. Trekken de twee winkelalternatieven hetzelfde soort klant? Beschrijf de klant die naar de fysieke winkel gaat en de klant die via de website koopt. In welk opzicht zijn de winkel en de website verschillend gepositioneerd? Als ze niet verschillend gepositioneerd zijn, zou dat dan wel moeten en hoe zou je dat kunnen bereiken? Heeft het nadelen als een winkel deze twee distributiekanaal heeft?