

СТИМУЛИРОВАНИЕ СБЫТА: СОЗДАНИЕ ДИЛЕРСКОЙ СЕТИ В ИНТЕРНЕТЕ

Магистрант Кошевская С. В.

Кандидат эконом. наук доцент Гурина Е. В.

Белорусский национальный технический университет

Стимулирование сбыта по своей природе носит кратковременный эффект и является тактическим методом. Если требуется быстро получить реакцию от воздействия на потребителя или посредника.

Масштабной популяризации методов стимулированию сбыта в Интернете способствует ряд факторов: он является доступным на всей территории Республики Беларусь; увеличивается конкуренция и растут число как отечественных, так и зарубежных марок представляемых через Интернет; содержательность информации Интернета и быстрота поиска служит источником огромной осведомленности потребителей о ценах и характеристиках товаров; количество запросов и покупок с каждым годом растет, а многие даже не представляют покупки иным способом.

Методика организации системы сбыта через дилерскую сеть в Интернете. Основой методики является разработка и увеличение стабильной дилерской сети, через которую реализуются товары или услуги организаций посредством Интернет-торговли в разных регионах Республики Беларусь. Главная задача найти дилеров в разных городах и регионах Беларуси, затем разрабатываем концепцию мотивации и организовываем процессы масштабирования сбыта. Этапы внедрения:

1. Поиск заинтересованных организаций. Определить условие отбора дилеров, наладить процесс постоянного поиска потенциальных дилеров, регулировать критерии с учетом меняющегося рынка.

2. Наладить концепцию мотивации, которую можно приспособить индивидуально под каждого дилера.

3. Назначить встречи и встретиться с потенциальными дилерами и заверить их о преимуществах и выгоде от совместной работы для получения пробных проектов.

4. Провести экспериментальный для того, чтобы подтвердить на деле, что сотрудничество для дилера не рискованное и выгодно.

5. Сконструировать схему, которая работает бесперебойно и устойчива к увеличению мощности.

6. Держать качество обслуживания на должном уровне и перейти на долгосрочное сотрудничество.

В итоге этапы внедрены и неизменно и управляемо увеличивается территория рынка. В организации введены механизмы контроля денежных потоков за счет регулировки условий сотрудничества с дилерами.