

Distribuição

- 1º Semestre 2011/2012 -

Docente: António José Valente

Estrutura-Tipo do trabalho final:

Sumário Executivo (1 página)

Análise do Sector

Estrutura e evolução da Indústria
Atractividade da Indústria – 5 Forças de Porter
Factores Críticos de Sucesso
Concorrentes (QM%, estrutura de capital, ...)

Análise da Empresa

Breve Historial, Estrutura de capital
Missão, Objectivos e Estratégia
Principais Clientes e Fornecedores
Análise SWOT
Competências Centrais
Evolução das vendas, mix de vendas e QM%
Internacionalização (caso aplicável)

Análise da Distribuição

Tipo de distribuição: directa, indirecta ou mista
Intensidade da distribuição: exclusiva, selectiva ou intensiva
Número e caracterização dos intermediários
Alianças estratégicas ao nível da distribuição
Processo de selecção dos membros dos canais
Gestão do conflito, poder, negociação e comunicação ao nível dos canais
Gestão da motivação dos intervenientes nos canais: políticas de suporte
O Marketing Mix e os Canais de Distribuição
- Produto – Ciclo de vida, Diferenciação, Posicionamento
- Preço – Estrutura de Preços, Margens, Descontos, Controlo do PVP
- Comunicação – acções de cooperação: Promoções, Publicidade, Incentivos
Controlo e avaliação dos canais de distribuição: Métodos, Resultados
Estratégia de canal: um só canal ou vários canais
e-Business: e-commerce, m-commerce, desintermediação, reintermediação

Conclusões

Análise crítica da estratégia de distribuição
Tendências e oportunidades nos canais de distribuição
Recomendações

Nota: esta estrutura poderá ser complementada com eventuais aspectos adicionais, relevantes para a qualidade da análise efectuada. É sugerida a consulta de estudos de mercado (ex: dados da AC Nielsen ou outras), associações e especialistas no sector. Será também interessante a troca de impressões com gestores da empresa analisada e com membros dos canais de distribuição.

BOM TRABALHO!