

## I FATTORI CHE INCIDONO SULLA SCELTA DEI CANALI DI DISTRIBUZIONE

Le imprese industriali, una volta ottenuto il prodotto finito, devono scegliere i canali più appropriati per il raggiungimento dei loro obiettivi commerciali. Di norma non esistono canali distributivi migliori di altri. La scelta si differenzia da impresa a impresa e viene influenzata da diversi fattori e deve essere quindi frutto di selezione e organizzazione. E' fondamentale ricordare che la scelta è molto importante perché:

- l'impresa è vincolata per il medio/lungo termine e quindi gli eventuali cambiamenti da apportare diventano onerosi e vanno a rilento.
- E' nei vari passaggi del canale distributivo che va a formarsi progressivamente una parte del prezzo per il cliente finale.
- Ogni canale presenta un' incidenza diversa sulle altre scelte commerciali delle imprese.

I **fattori** fondamentali che influenzano la scelta sono:

1. L'ampiezza della clientela potenziale;
2. Caratteri della domanda (stagionale o continua, ecc);
3. Struttura del commercio al dettaglio (numero, dimensioni ecc);
4. La sua distribuzione territoriale;
5. Le caratteristiche tecniche ed economiche del prodotto (ad esempio valore unitario, deperibilità ecc);
6. L'analisi dei costi connessi a ciascun canale distributivo;
7. la struttura produttiva (produzione diffusa o concentrata ecc);