



Οργάνωση και Διοίκηση Πωλήσεων

Ενότητα 6^η: Διοίκηση μεγάλων λογαριασμών

Θεοδωρίδης Προκόπης

Σχολή Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων

Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων Αγροτικών
Προϊόντων & Τροφίμων (Δ.Ε.Α.Π.Τ.)



Σκοπός

Παρακάτω παρουσιάζονται οι έννοιες των μεγάλων λογαριασμών και του Trade Marketing



Περιεχόμενα

- Λόγοι Εμφάνισης
- Χαρακτηριστικά
- Μέγεθος-πολυπλοκότητα λογαριασμού
- Στόχος-επίτευξη
- Trade marketing
- Παραδοσιακό Υπόδειγμα Σχέσεων Παραγωγού-Λιανοπωλητή
- Αναπτυσσόμενο Υπόδειγμα Σχέσεων Παραγωγού-Λιανοπωλητή
- Νέο Τμήμα, Νέοι Ρόλοι ή Απλή Αλλαγή Ονόματος;



Λόγοι Εμφάνισης

- Η Συνεχής Συγκέντρωση της Αγοράς
- Η Τάση για «Κεντρική» Προμήθεια/Αγορά των Προϊόντων-Υπηρεσιών
- Η Ανάγκη για Περισσότερη Συνεργασία Αγοραστή-Πωλητή στην Διοίκηση Αποθεμάτων και την Μεταφορά τους
- Η Αύξηση της Πολυπλοκότητας των Προϊόντων και της Αγοραστικής Διαδικασίας
- Η Έμφαση στο Relationship Marketing



Χαρακτηριστικά

- Οι «Εθνικοί Λογαριασμοί» είναι μεγάλοι, σε σύγκριση με τους υπόλοιπους λογαριασμούς-πελάτες σε όρους όπως κερδοφορία, όγκος πωλήσεων ή μερίδιο αγοράς
- Η περιοχή ευθύνης του Διοικητή του Λογαριασμού διαχέεται σε πολλές λειτουργίες της επιχείρησης και ταυτόχρονα τις συνδυάζει
- Η ομάδα που υποστηρίζει τον Λογαριασμό αποτελείται από προσωπικό που προέρχεται από τις διάφορες λειτουργίες της επιχείρησης



Μέγεθος-πολυπλοκότητα λογαριασμού

Μέγεθος Λογαριασμού	Μεγάλος	Κύριοι Λογαριασμοί	Εθνικοί Λογαριασμοί
	Μικρός	Παραδοσιακή Πώληση	?
		Απλός	Πολύπλοκος

Πολυπλοκότητα Λογαριασμού

Π. Θεοδωρίδης, 2015



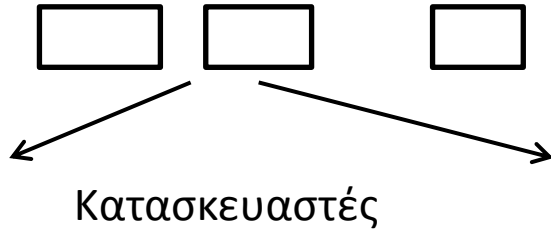
Στόχος-επίτευξη

.....να δημιουργήσει μία αυξητική τάση στα κέρδη υποστηρίζοντας μεγάλους ή δυνητικά μεγάλους και πολύπλοκους λογαριασμούς (Πελάτες) ώστε να καταστεί ο προτεινόμενος ή ο μοναδικός προμηθευτής. Για να υλοποιηθεί αυτός ο στόχος, ο προμηθευτής αναζητά να εγκαταστήσει, για ένα μεγάλο χρονικό διάστημα, μία «οργανωσιακή» σχέση που θα διαχέεται στα περισσότερα επίπεδα και λειτουργικά τμήματα των επιχειρήσεων τόσο του προμηθευτή όσο και του πελάτη.....

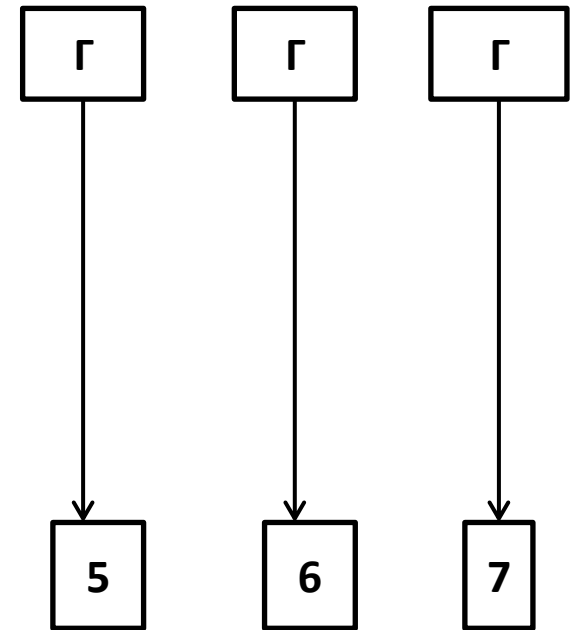
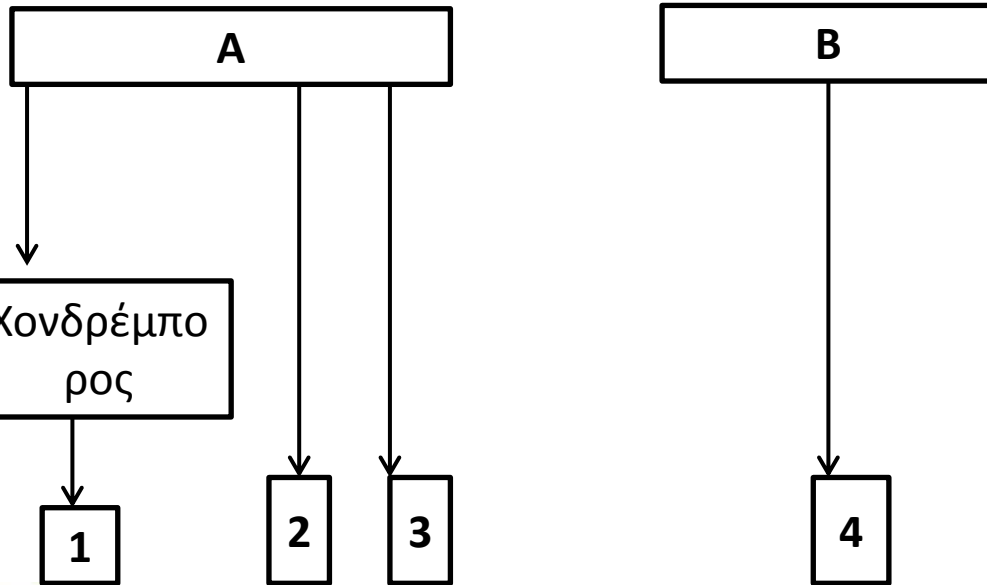


Trade marketing

Χαρτογράφηση Καναλιού



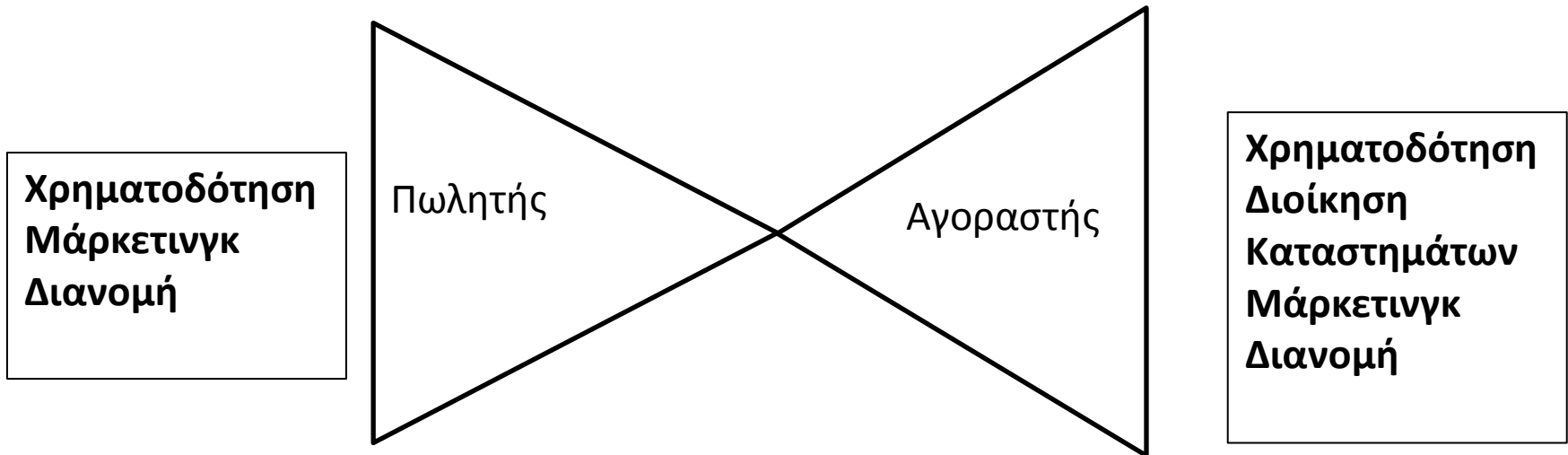
Π. Θεοδωρίδης, 2015



Λιανοπωλητές



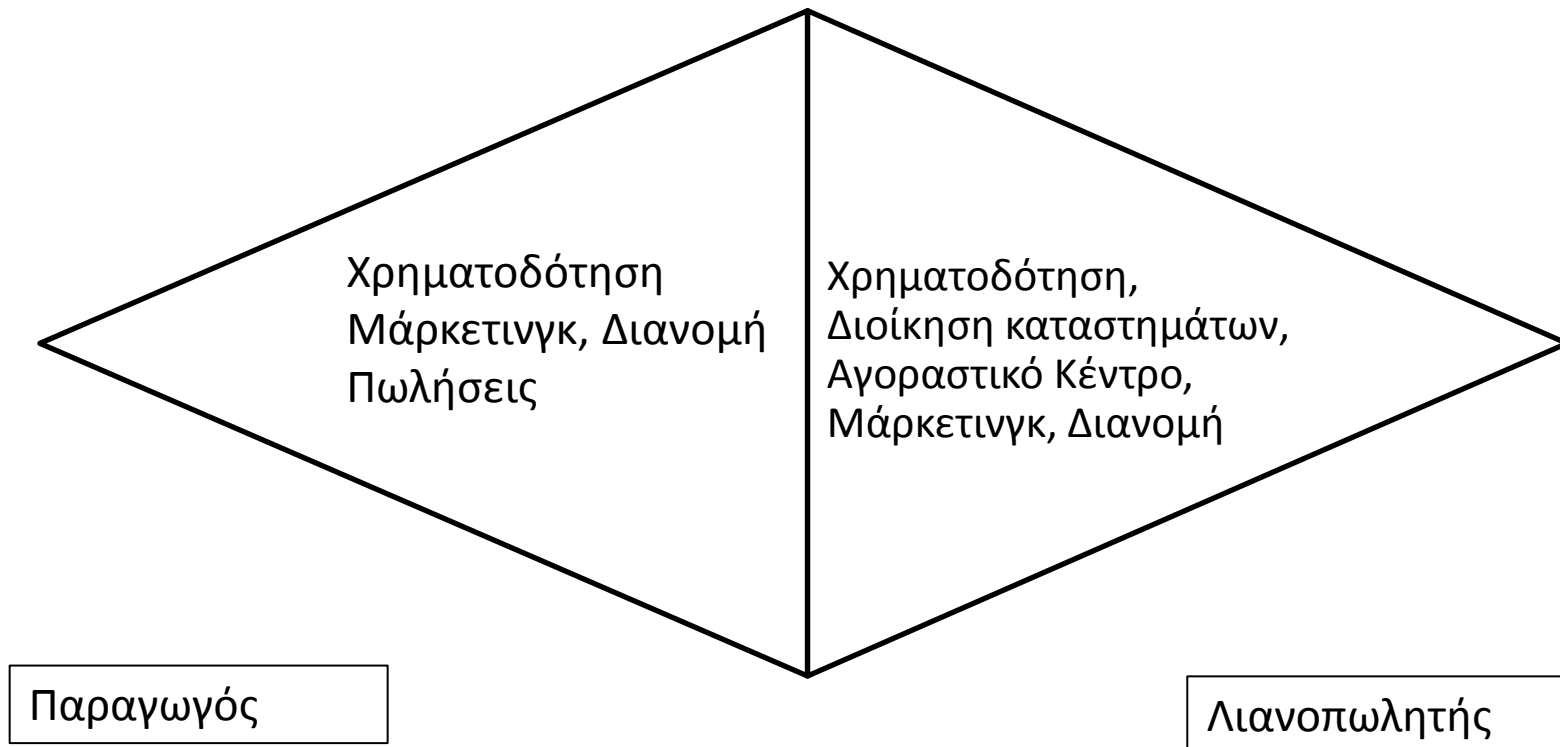
Παραδοσιακό Υπόδειγμα Σχέσεων Παραγωγού-Λιανοπωλητή



Π. Θεοδωρίδης, 2015



Αναπτυσσόμενο Υπόδειγμα Σχέσεων Παραγωγού-Λιανοπωλητή



Π. Θεοδωρίδης, 2015



Νέο Τμήμα, Νέοι Ρόλοι ή Απλή Αλλαγή Ονόματος; 1/3

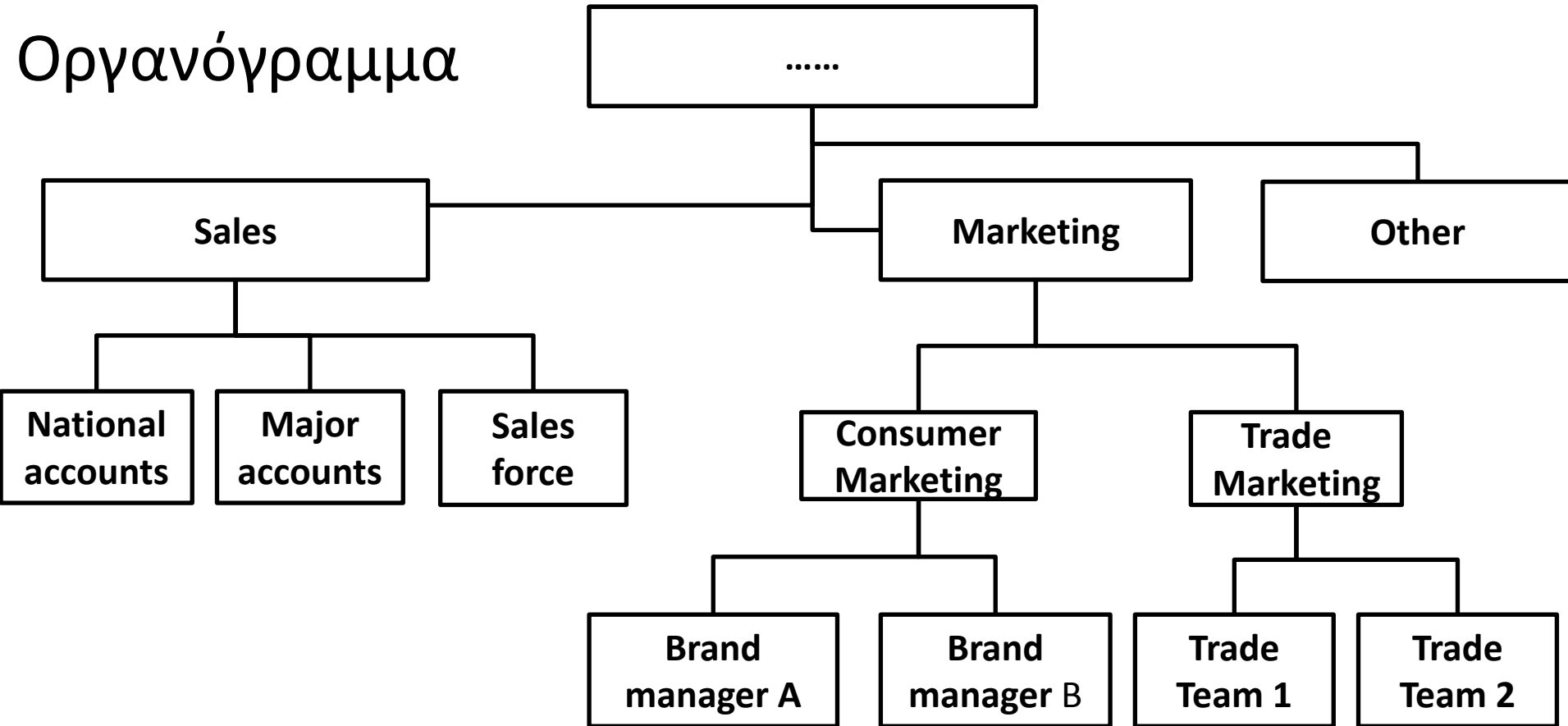
Η πραγματικότητα....

- Δεν έχει υιοθετηθεί από πολλές επιχειρήσεις ακόμη....
- Δεν υπάρχει σε ενιαία μορφή στα οργανογράμματα των επιχειρήσεων....
- Κάποιοι θεωρούν ότι είναι η εξέλιξη του National/Sales Account Management (Διοίκηση Λογαριασμών Πωλήσεων/Εθνικών)....
- Κάποιοι θεωρούν ότι είναι τακτική, λειτουργική θέση του μάρκετινγκ σαν εκείνη του Brand Manager....
- Κάποιοι άλλοι θεωρούν ότι είναι κάτι ξεχωριστό - διαφορετικό από το Sales Account Management.....



Νέο Τμήμα, Νέοι Ρόλοι ή Απλή Αλλαγή Ονόματος; 2/3

Οργανόγραμμα

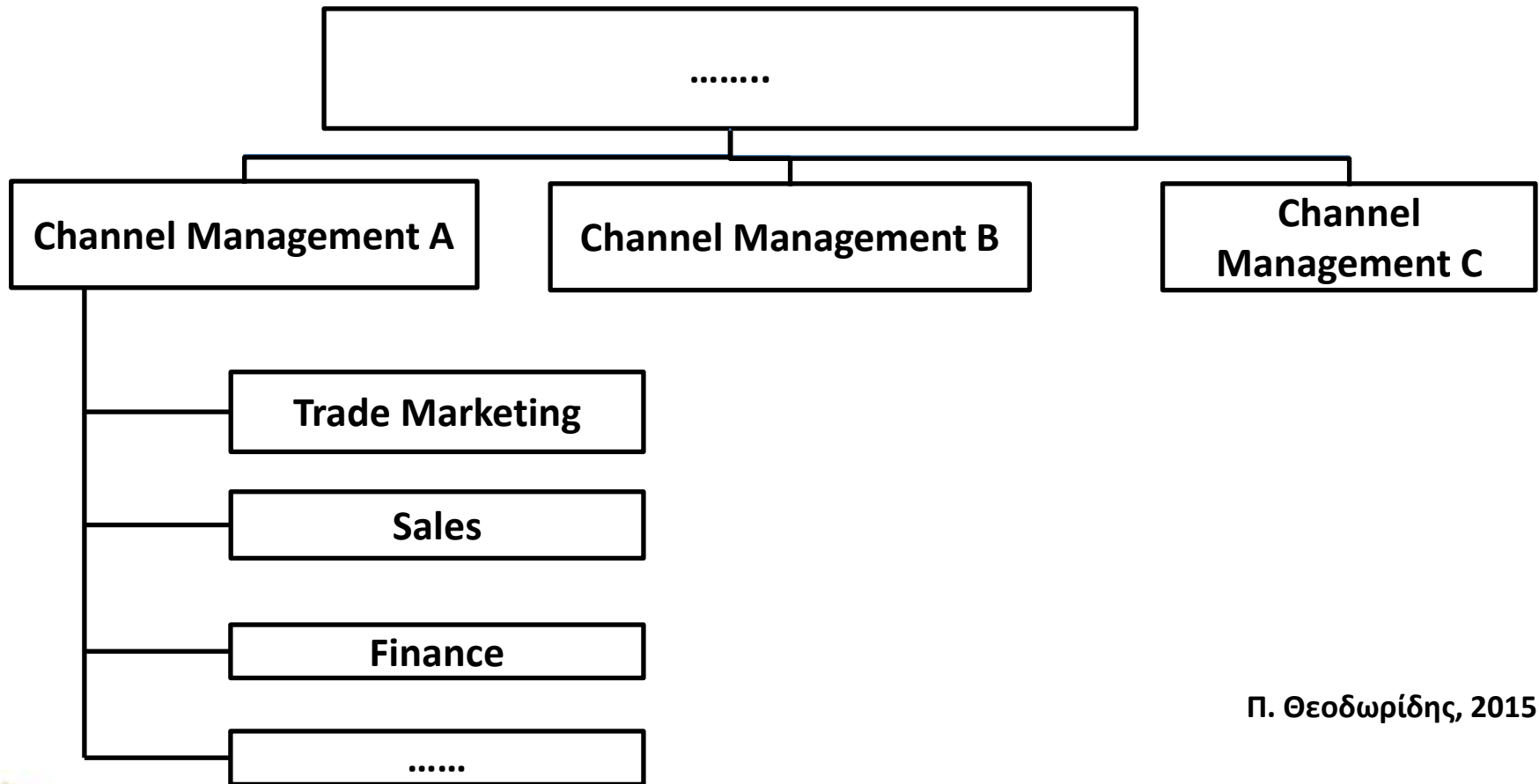


Π. Θεοδωρίδης, 2015



Νέο Τμήμα, Νέοι Ρόλοι ή Απλή Αλλαγή Ονόματος; 3/3

Channel Management



Π. Θεοδωρίδης, 2015



Τέλος ενότητας 6

Χρηματοδότηση

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό έχει αναπτυχθεί στο πλαίσιο του εκπαιδευτικού έργου του διδάσκοντα.
- Το έργο «**Ανοικτά Ακαδημαϊκά Μαθήματα στο Πανεπιστήμιο Πατρών**» έχει χρηματοδοτήσει μόνο την αναδιαμόρφωση του εκπαιδευτικού υλικού.
- Το έργο υλοποιείται στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» και συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο) και από εθνικούς πόρους.



ΣΗΜΕΙΩΜΑΤΑ

Σημείωμα Ιστορικού Εκδόσεων Έργου

Το παρόν έργο αποτελεί την έκδοση 1.0.

Έχουν προηγηθεί οι κάτωθι εκδόσεις:



Σημείωμα Αναφοράς

Copyright Πανεπιστήμιο Πατρών, Προκόπιος Θεοδωρίδης. «Οργάνωση και Διοίκηση Πωλήσεων. Διοίκηση Μεγάλων Λογαριασμών». Έκδοση: 1.0. Πάτρα 2015. Διαθέσιμο από τη δικτυακή διεύθυνση:
https://eclass.upatras.gr/modules/document/document.php?course=DEAPT_6.8S.



Σημείωμα Αδειοδότησης

Το παρόν υλικό διατίθεται με τους όρους της άδειας χρήσης Creative Commons Αναφορά, Μη Εμπορική Χρήση Παρόμοια Διανομή 4.0 [1] ή μεταγενέστερη, Διεθνής Έκδοση. Εξαιρούνται τα αυτοτελή έργα τρίτων π.χ. φωτογραφίες, διαγράμματα κλπ., τα οποία εμπεριέχονται σε αυτό και τα οποία αναφέρονται μαζί με τους όρους χρήσης τους στο «Σημείωμα Χρήσης Έργων Τρίτων».



[1] <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Ως **Μη Εμπορική** ορίζεται η χρήση:

- που δεν περιλαμβάνει άμεσο ή έμμεσο οικονομικό όφελος από την χρήση του έργου, για το διανομέα του έργου και αδειοδόχο
- που δεν περιλαμβάνει οικονομική συναλλαγή ως προϋπόθεση για τη χρήση ή πρόσβαση στο έργο
- που δεν προσπορίζει στο διανομέα του έργου και αδειοδόχο έμμεσο οικονομικό όφελος (π.χ. διαφημίσεις) από την προβολή του έργου σε διαδικτυακό τόπο

Ο δικαιούχος μπορεί να παρέχει στον αδειοδόχο ξεχωριστή άδεια να χρησιμοποιεί το έργο για εμπορική χρήση, εφόσον αυτό του ζητηθεί.

