



Οργάνωση και Διοίκηση Πωλήσεων Ενότητα 4η: Καθορισμός Περιοχής Πώλησης (sales territory)

Θεοδωρίδης Προκόπης

Σχολή Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων

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



Σκοπός

Παρακάτω παρατίθενται οι μέθοδοι καθορισμού των δρομολογίων των πωλητών και ο προσδιορισμός της περιοχής πώλησης



Περιεχόμενα

- Καθορισμός Περιοχής Πώλησης
- Μέθοδοι Καθορισμού Δρομολογίων Πωλητών



Λόγοι Καθορισμού

- Ανάπτυξη καλύτερων σχέσεων με τους πελάτες
- Καλύτερη κάλυψη της αγοράς
- Καλύτερη αποτελεσματικότητα των πωλητών
- Σαφέστερος προσδιορισμός δραστηριοτήτων πωλητών
- Καλύτερος έλεγχος και αξιολόγηση των πωλητών
- Καλύτερος συντονισμός του μάρκετινγκ και των πωλήσεων
- Περιορισμός εξόδων πωλήσεων



Καθορισμός Περιοχής Πώλησης (sales territory)

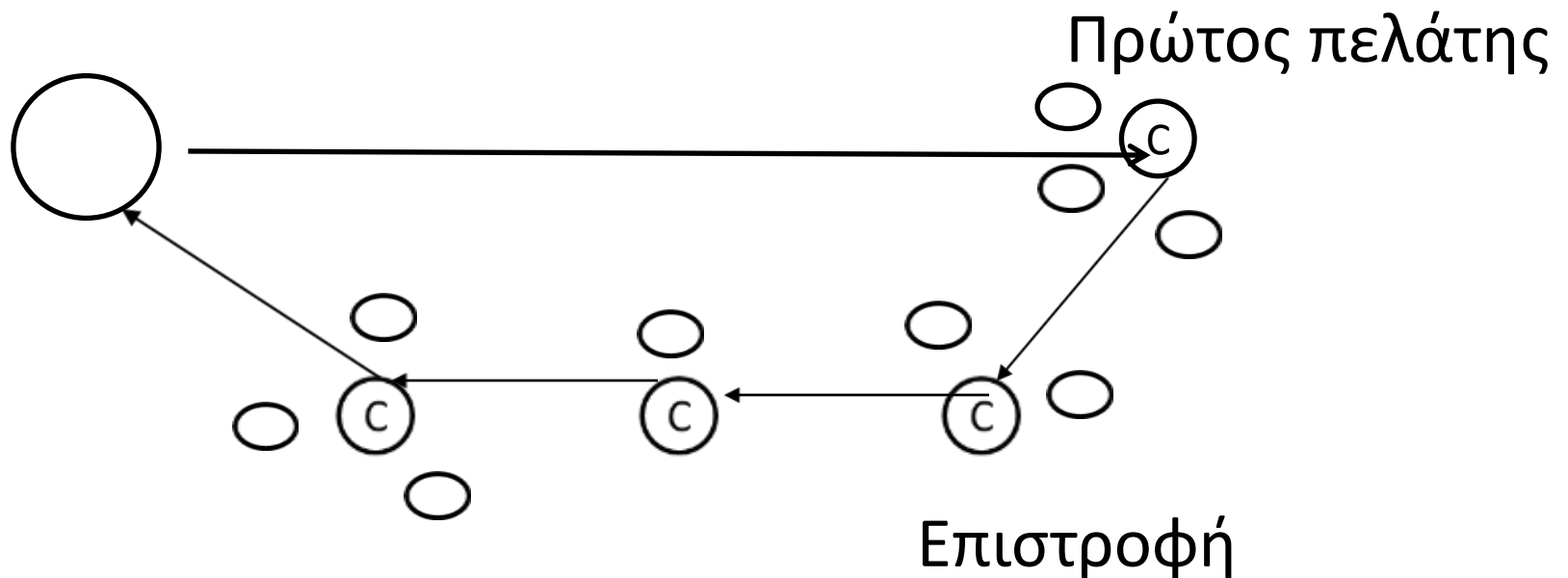
- Επιλογή μονάδας ελέγχου
- Καθορισμός δυνητικών πωλήσεων σε κάθε μονάδα
- Ομαδοποίηση μονάδων ελέγχου σε προσωρινές περιοχές
- Ανάλυση φόρτου εργασίας
- Αναπροσαρμογή προσωρινών περιοχών
- Ανάθεση περιοχών σε πωλητές
- Ανάλυση Φόρτου Εργασία... η φύση της δουλειάς, το προϊόν, το κανάλι διανομής, η φάση ανάπτυξης της αγοράς, ανταγωνισμός...

Αλλά και χωρίς συγκεκριμένη περιοχή...



Μέθοδοι Καθορισμού Δρομολογίων Πωλητών

Ευθεία γραμμή

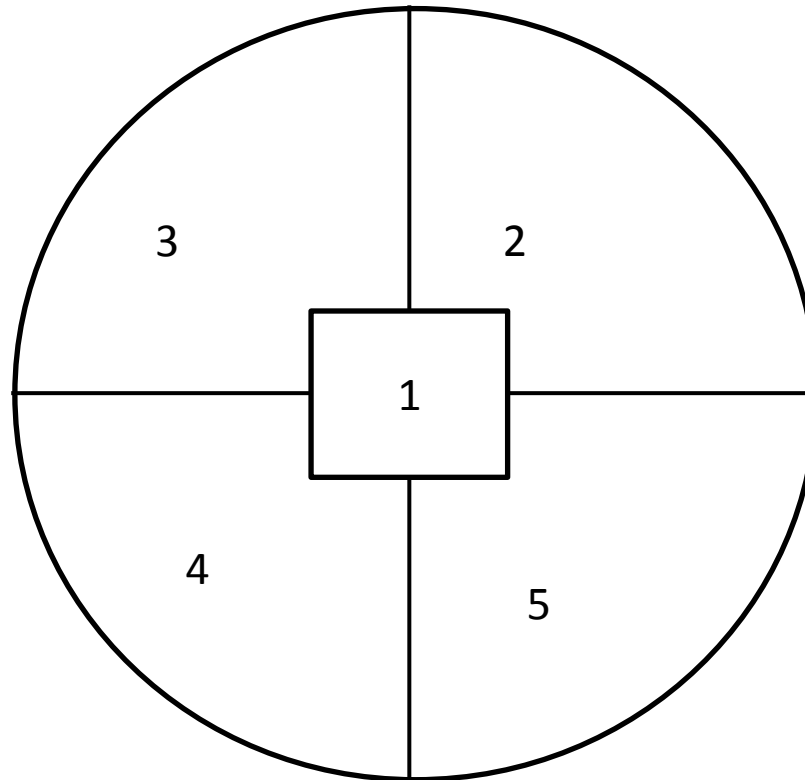


Jackson D.W., Cunningham W.H. & Cunningham I.C.M. (1988). *Selling: The personal Force in Marketing*, N.Y.: John Wiley & Sons, Inc. p.94.



Μέθοδοι Καθορισμού Δρομολογίων Πωλητών

Διαχωρισμός σε ζώνες



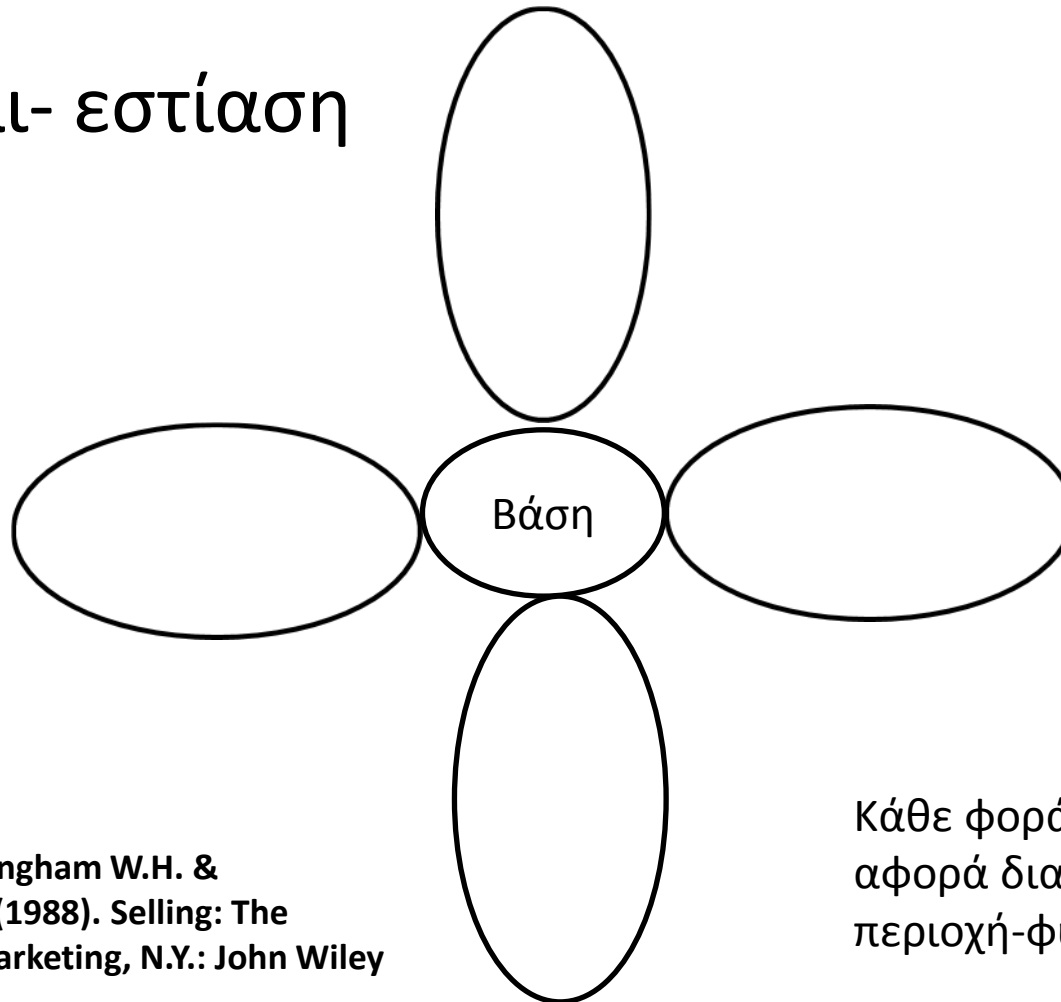
1=Βάση

Jackson D.W., Cunningham W.H. & Cunningham I.C.M. (1988). *Selling: The personal Force in Marketing*, N.Y.: John Wiley & Sons, Inc. p.94.



Μέθοδοι Καθορισμού Δρομολογίων Πωλητών

Τριφύλλι- εστίαση



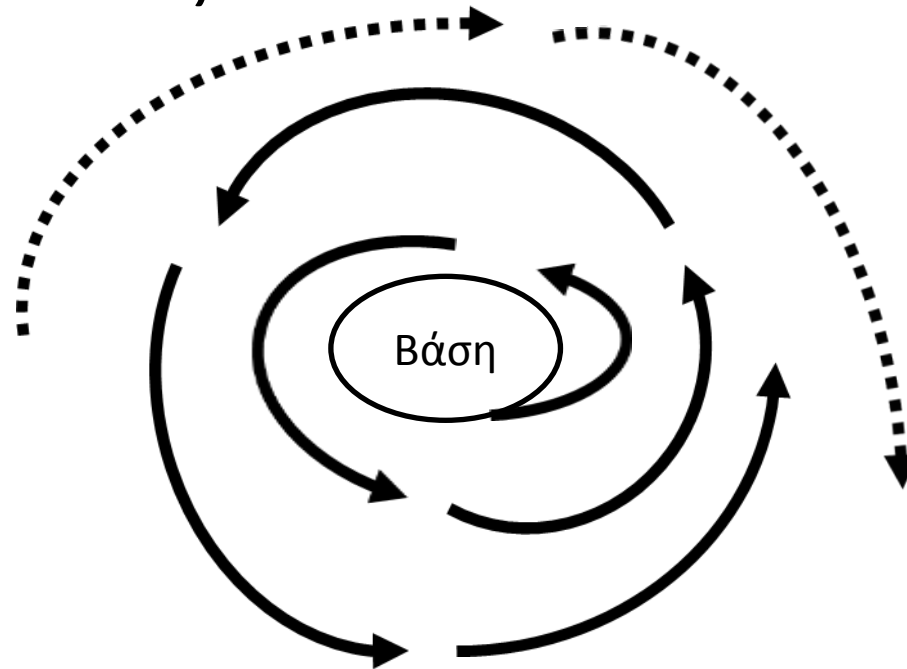
Κάθε φορά η εστίαση
αφορά διαφορετική
περιοχή-φύλλο

Jackson D.W., Cunningham W.H. &
Cunningham I.C.M. (1988). *Selling: The
personal Force in Marketing*, N.Y.: John Wiley
& Sons, Inc. p.93.



Μέθοδοι Καθορισμού Δρομολογίων Πωλητών

Κυκλικός τύπος

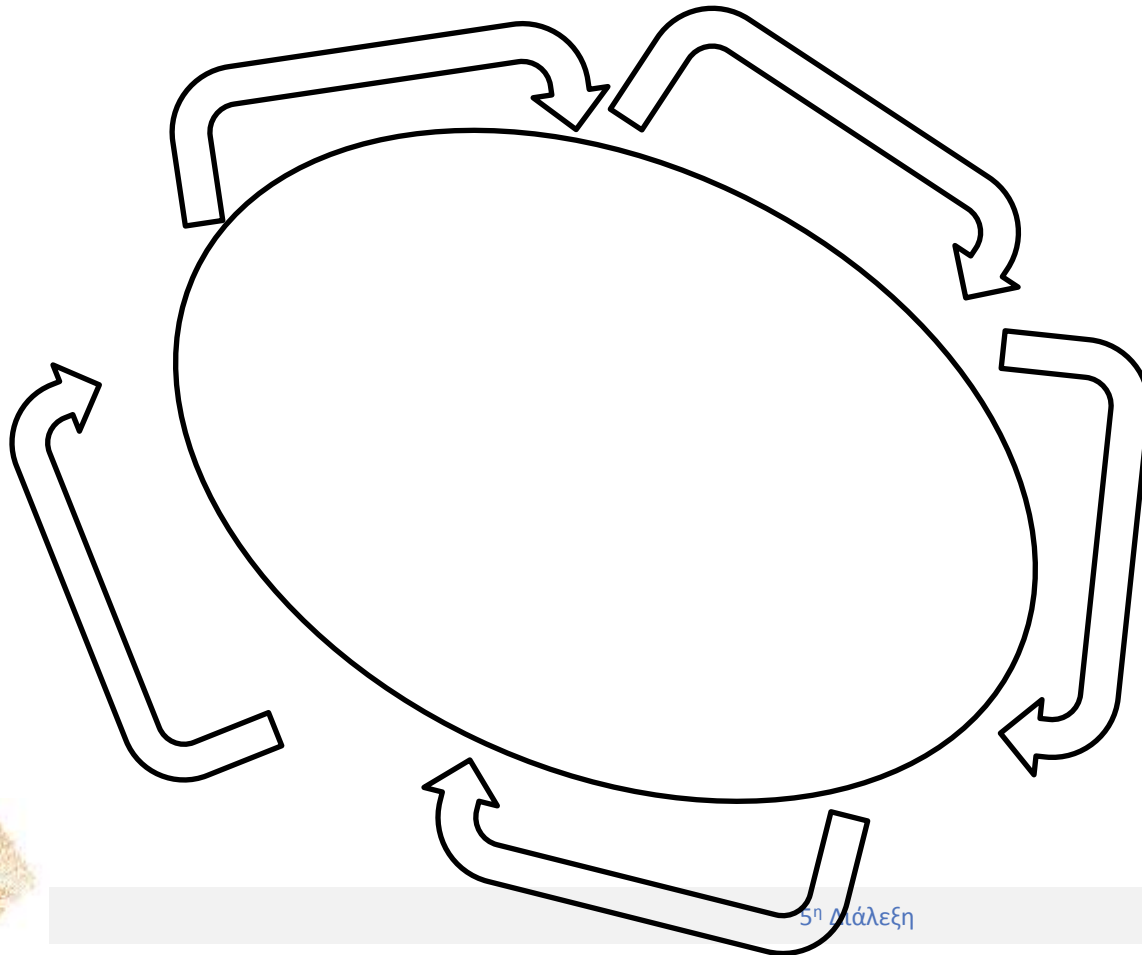


Jackson D.W., Cunningham W.H. & Cunningham I.C.M. (1988). *Selling: The personal Force in Marketing*, N.Y.: John Wiley & Sons, Inc. p.92.



Μέθοδοι Καθορισμού Δρομολογίων Πωλητών

Διακεκομμένος τύπος



Jackson D.W., Cunningham W.H.
& Cunningham I.C.M. (1988).
Selling: The personal Force in
Marketing, N.Y.: John Wiley &
Sons, Inc. p.94.



Τέλος ενότητας 4

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. Καθορισμός Περιοχής Πώλησης». 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.

