

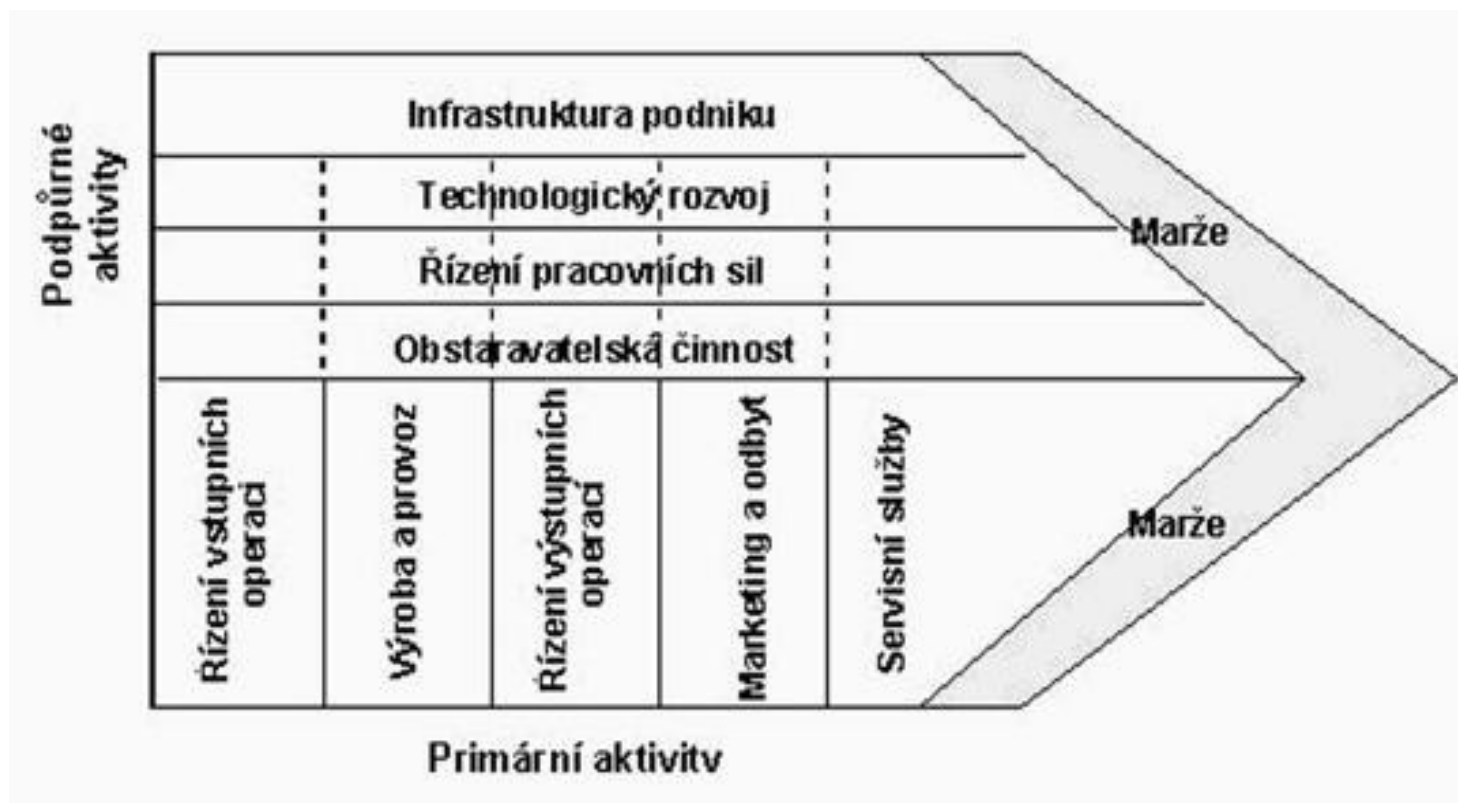
Odbytová funkce

Ing. Pavla Odehnalová Ph.D.

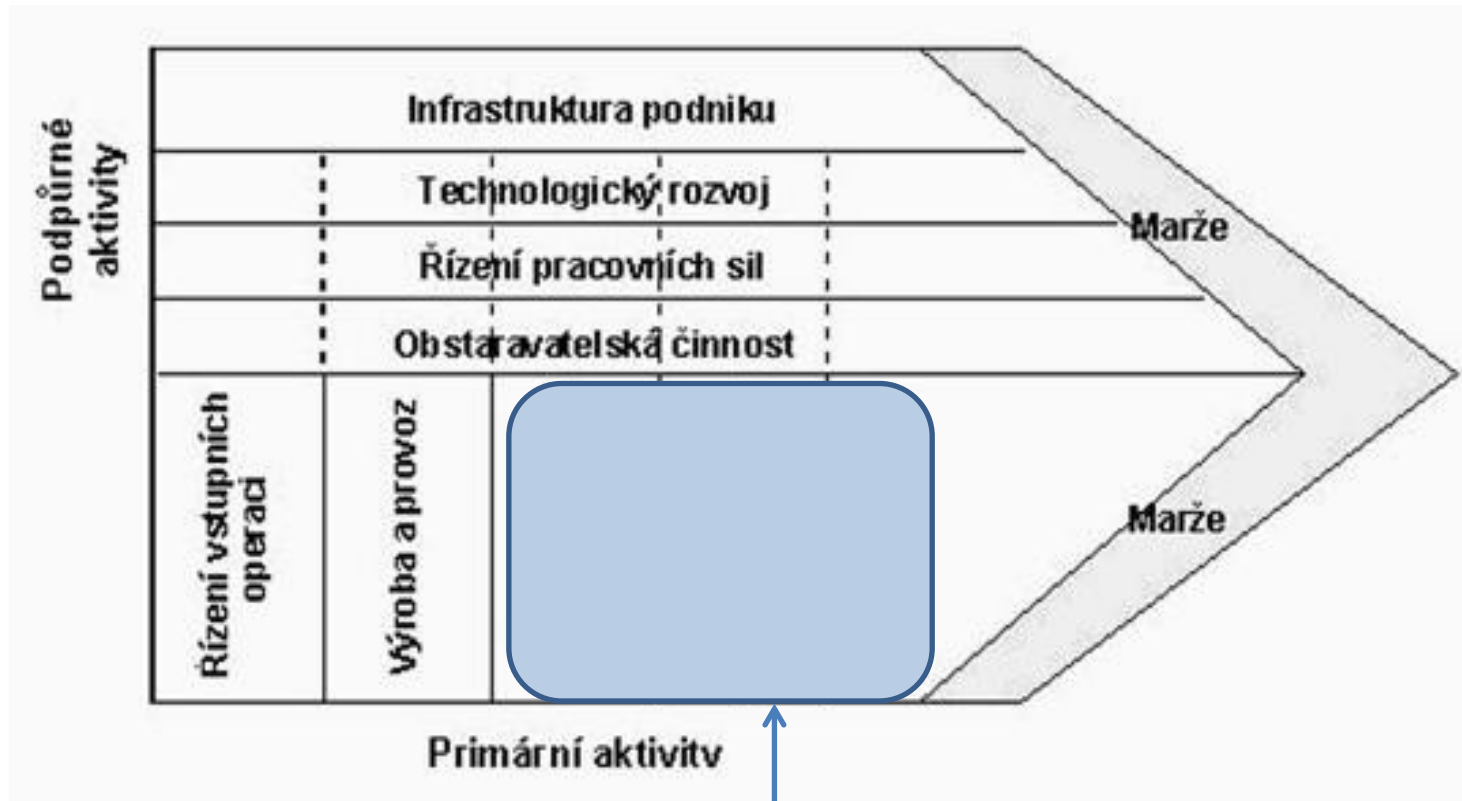
Odbytová funkce

- dovršení podnikového reprodukčního procesu, zaměřeného na uspokojování cizích potřeb
- Co bude vyrábět?
- Za jakou cenu?
- V jakém množství?
- Komu to prodá?
- Odpovědi z hlediska **využívané strategie, technologie, podnikové kultury, velikosti podniku a teritoria.**

Odbytová funkce v podniku



Odbytová funkce v podniku



Odbytová funkce

Odbyt primární aktivity

- V návaznosti na předchozí aktivity a za podmínek respektujících **využívané strategie, technologie, podnikovou kulturu, velikost podniku a teritorium.**
- **Logistika** – řízení výstupních operací, navazuje na výrobu - (kompletace a vychystávání produktů – balení, manipulace, nakládka, doprava, dokumenty)
- **Marketing** – 4P – hledání odbytových trhů, zákazníků, přesvědčování, tvorba nabídky atd.
- **Služby** – Instalace, Montáž, Doprava, Poradenství, Opravy, Vyřizování reklamací

Informace k zajištění odbytové funkce

- Kde jsme byli – minulý stav
- Kde jsme – současný stav
- Kde budeme –budoucí stav prognózy

Informace k zajištění odbytové funkce

Analytická část

- Analýza faktorů vnějšího prostředí
- Analýza konkurence
- Analýza trhu
- Analýza prodejů

Část prognostická

- Prognózy tržního podílu
- Prognózy prodejů
- Prognózy zisku

Situační
analýza

Odbyt podpůrné aktivity

| | Výstupní logistika | Marketing a prodej | Služby |
|----------------------|---------------------|--|-----------------------------------|
| Zajišťování zdrojů | Doprava, skladování | Prodejní služby, patenty, ochranné známky, výzkum trhu | Franchising, úvěrování |
| Technologický rozvoj | Expedice | Síť obchodních styků, informační systém | Analýza poruch a havárií výrobků |
| Lidské zdroje | Subdodavatelé | Agenti, distributoři, prodejní personál, zákazníci | Servisní personál, pověst podniku |
| Manažerské systémy | Rozvrh dodávek | Vyřizování zakázek, inkaso pohledávek | Systém služeb zákazníkům |

Návaznost odbytu na ostatní útvary

| Útvar | Vztah k zákazníkovi a návaznost a odbytovou funkci |
|----------------|---|
| Výzkum a vývoj | <ul style="list-style-type: none">• Na základě výsledků marketingového výzkumu vyvíjí a zlepšuje nabízenou produkci• Naslouchá problémům zákazníků a snaží se je řešit• Vítá zapojení útvaru výroby a marketingu do vývoje nových produktů• Srovnává vlastní produkty s konkurencí• Snaží se při vývoji nových produktů o zpětnou vazbu ze strany zákazníků |
| Nákupní | <ul style="list-style-type: none">• Aktivně hledá nové lepší dodavatele• Buduje dlouhodobé vztahy s ohledem na spolehlivost a kvalitu dodávek |
| Výrobní | <ul style="list-style-type: none">• Hledá cesty jak vyrábět produkt rychleji a za nižší náklady• Neustále zlepšuje kvalitu a bezvadnost• Vyrábí na zakázku |

Návaznost odbytu na ostatní útvary

| Útvar | Vztah k zákazníkovi a návaznost a odbytovou funkci |
|------------------|---|
| Prodejní | <ul style="list-style-type: none">• Neustále doplňuje informace o průmyslovém odvětví zákazníků• Pokouší se poskytnout zákazníkovi nejlepší řešení• Komunikuje s výzkumem a vývojem• Zjišťuje zákazníkovi potřeby a nápady na nové výrobky |
| Logistiky | <ul style="list-style-type: none">• Rychlý spolehlivý servis• Bezproblémové balení a doprava• Kompletace dokumentace |
| Finanční | <ul style="list-style-type: none">• Přizpůsobení finančních transakcí potřebám zákazníků• zjišťuje úvěryschopnost zákazníků |

Úrovně v rámci odbytu

- **Strategické** - (návaznost na strategické cíle podniku) – tvorba strategických cílů a plánů odbytu (kdo, čím se podílí, na jak dlouhou dobu, na základě jakých informací od koho...)
- **Taktické** - (např. kdo se podílí na tvorbě ročního obchodního plánu, na základě jakých informací od koho, kdo kontroluje realizaci? Na základě jakých kritérií?, Kdo rozhoduje a na základě čeho o podmínkách smluv – rabatů, dodacích a platebních podmínkách)
- **Operativní** - logistické, finanční, komunikační(+informační) + kontraktační (např. i výše uvedené podmínky smluv u některých typů prodeje ...)

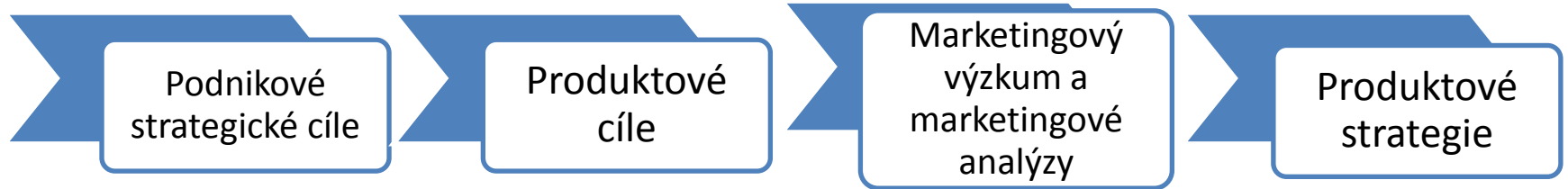
Činnosti v rámci odbytu

- **Prodejce**
- **Prodejny**
- **Služby prodeje**
- **Sklady**
- **Dopravu**
- **Komunikaci**
- **Účetnictví**
- **Internalizovat či externalizovat?**
- **Kdo, jak, kdy, do jaké míry?**

Cíle v oblasti odbytu

- Kvantitativní – finanční a kvalitativní :
- Cílové trhy a účastníky trhů - Které trhy (části trhu, segmenty, cílové skupiny zákazníků) budou předmětem zájmu podniku.
- Obsah cílů - čeho má být na uvedených trzích dosaženo
- Cílový efekt – kolik můžeme získat
- Cílové období – kdy bude cíle dosaženo.

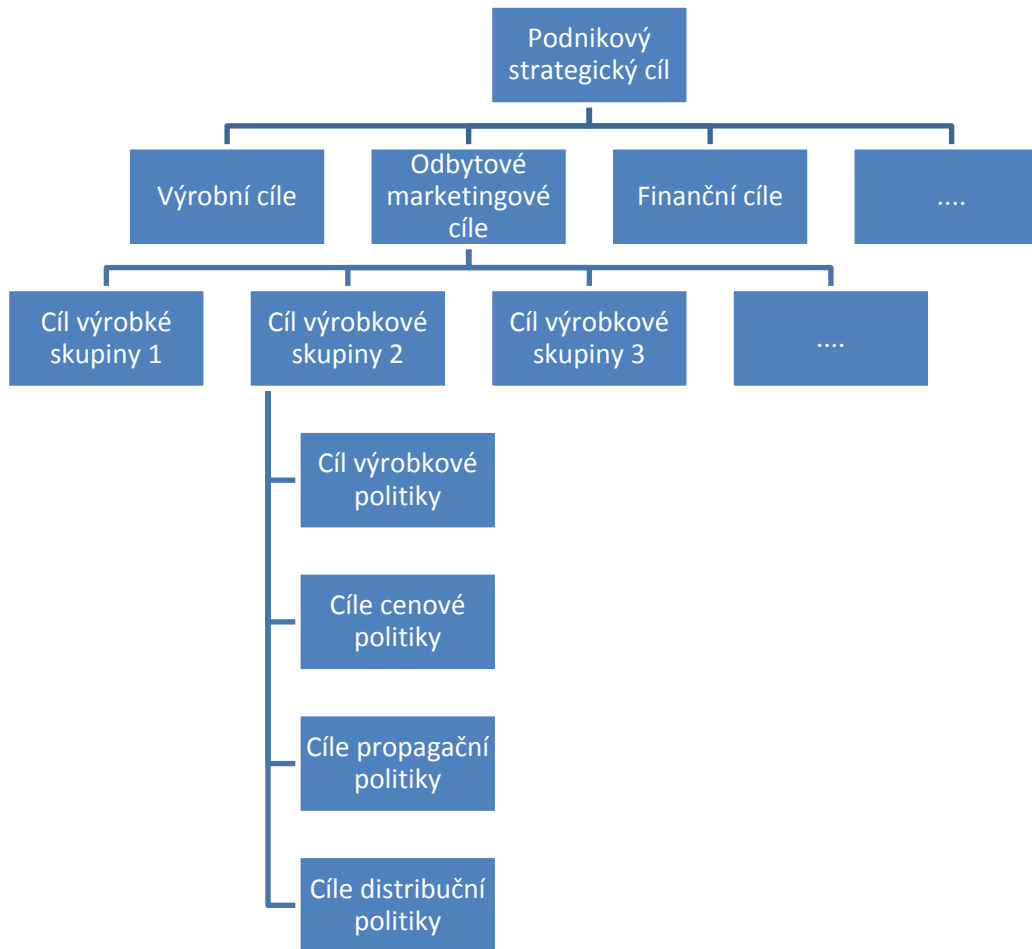
Návaznost cílů a strategií



Informace k zajištění odbytové funkce

- **Informace o vlastním podniku** – a to z oblastí systému cílů, účetnictví, oblast odbytu oblast výroby, používání nástrojů odbytové politiky, údaje o dosavadním obratu a odbytu, podíl jednotlivých výrobků na trhu a jejich postavení, finanční technické a lidské zdroje)
- **Informace o konkurentech** – jaké využívají nástroje, údaje o obratu a odbytu, podíl na trhu jejich výrobků, finančních, technických a lidských zdrojích konkurenčních podniků
- **Informace o obchodu jako zprostředkovateli odbytu** – utváření sortimentu opatření vedoucí k podpoře prodeje ze strany obchodníků, stávající propojení mezi obchodníky a výrobci.

Cíle odbytu v celkové



Distribuce z hlediska výrobce

- **jaké** distribuční kanály (přímé nebo nepřímé),
- **kolik** distribučních subjektů (menší nebo větší množství zprostředkovatelů),
- **jaké formy** distribučních kanálů (maloobchod, velkoobchod apod.) bude podnik při transformaci produktů v rámci své distribuční politiky využívat

Distribuce

- Prostorová, časová, kvantitativní či kvalitativní
- Intenzivní, selektivní či exkluzivní
- Problém volby dopravních prostředků, přepravních cest, (mezi) skladů a (mezi) skladovacích míst.

Distribuce z hlediska zákazníků

| Požadavky na distribuci | Podoby formy distribuce |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none">• krátká vzdálenost | Obchůdky v místě bydliště (pro malé nákupy) |
| <ul style="list-style-type: none">• rychlá dostupnost | Tržiště u dopravních uzlů (nákupy ve velkém) |
| <ul style="list-style-type: none">• rychlý nákup | Samoobsluhy |
| <ul style="list-style-type: none">• odborné poradenství | Obsluha ve specializovaných obchodech |
| <ul style="list-style-type: none">• neustále k dispozici | Prodej prostřednictvím automatů |
| <ul style="list-style-type: none">• levný nákup | Diskontní obchody |
| <ul style="list-style-type: none">• rozhodování o nákupu doma | Podomní prodej, zasilatelské obchodní domy, e-shopy |
| <ul style="list-style-type: none">• nákup na jednom místě | Obchodní domy |
| <ul style="list-style-type: none">• velký výběr | Specializované prodejny |
| <ul style="list-style-type: none">• nákup s dalšími prožitky | Nákupní centra, velkoměstské pasáže |

Odbyt z hlediska manažerských funkcí

Plánování KDO – časový horizont, na základě čeho a komu? JAKÉ – METODY, TECHNIKY, POSTUPY?

Organizování KDO, CO, KOHO V ODBYTU? (například dopravu zákazníkům? Kompletaci a balení?...)

Přikazování, rozhodování (například KDO rozhoduje o vzhledu distribučního kanálu, kdo komu přikazuje oslovit a JAK nového zákazníka?..., kdo rozhoduje o výběru komunikace? A jak – na základě čeho?)

Koordinace CO je potřeba koordinovat? KDO koordinuje v ČEM KOHO a JAK? Například kompletace a expedice, doprava, montáž a instalace -

Odbyt z hlediska manažerských funkcí

Motivování (vedení) – (SPÍŠE v personální funkci) - KRITÉRIA MOTIVOVÁNÍ, PŘÍSTUPY – DIFERENCOVANĚ SMĚREM K POZICÍCM ODBYTU

Evidence

Kontrola (KDO kontroluje KOHO a CO a JAK? (například kdo měří a hodnotí výkonnost článků distribučního řetězce? Jaké metody a postupy používá? Kdo kontroluje faktury? Jak často a jak?, KDO, S KÝM A JAK HODNOTÍ KVALITU EXPEDOVANÉHO PRODUKTU, KDO ROZHODUJE O VYŘÍZENÍ REKLAMACE...

...metody, způsoby jednání...

- zdroj nákladů – objekt manažerských funkcí

Organizační stránka odbytu

- Všechny odbytové činnosti v jednom útvaru?
- Některé odbytové činnosti v jiných útvarech? (Proč?)
- Propojení a návaznost odbytových činností na další činnosti podniku - nákup, výroba, personální, správní, ekonomické, technické...)
- Např. PRODUKTOVÝ MANAŽER – kam patří, kým je řízen, co všechno je v jeho kompetenci – tj. co všechno dělá (a co nedělá, tj. dělá někdo jiný?)
- Nebo BRAND MANAŽER, nebo OBCHODNÍK, nebo KEY ACCOUNT MANAŽER?
- Manažerské, logistické, marketingové činnosti

Děkuji za pozornost!