

KONFERENCJA DLA PRODUCENTÓW, DYSTRYBUTORÓW I HURTOWNIKÓW ŻYWNOŚCI W POLSCE

Dystrybucja

źródło sukcesu lub porażki rynkowej

Mówi się, że sztuką nie jest wyprodukować towar, lecz go sprzedać. Aby tego dokonać, ważny jest odpowiedni dobór strategii marketingowej wspieranej przez dopasowaną do niej dystrybucję i logistykę. W strategii mix, dystrybucja to kluczowy element. Dobór kanałów dystrybucji wyrobów może przyczynić się zarówno do sukcesu, jak i do porażki rynkowej producentów żywności.

Wielu z nich ciągle jeszcze poświęca mało uwagi organizacji dystrybucji, by była najbardziej efektywna i adekwatna do oferowanego asortymentu.

Sprawną dystrybucja to podstawa w handlu żywnością. Dystrybucja jest jednym z najważniejszych elementów przewagi konkurencyjnej producentów na rynku.

Przewagę w swoich branżach mają ci producenci, którzy stworzyli efektywną sieć dystrybucji.

W przypadku logistyki żywności producenci i dystrybutorzy stoją przed pytaniem, czy dostawy powierzyć zewnętrznej firmie specjalistycznej czy zorganizować je we własnym zakresie? Od czego to zależy? Jaki model współpracy wybrać?

Program

11.00-13.00 PANEL DYSKUSYJNY

Dystrybucja a strategia producenta – którędy do klienta?

Kluczowe tezy do dyskusji

1. Co decyduje o wyborze strategii dystrybucji?
 - Optymalna dystrybucja: od producenta na sklepową półkę.
 - Jakże kanały dystrybucji wybrać?
2. Dystrybucja własna czy outsourcing?
 - Czy outsourcing usług to trend czy konieczność w efektywnej dystrybucji?
 - Co daje własna dystrybucja w konfrontacji z konkurencją, ile kosztuje?
3. Spojrzenie na wzajemne relacje producentów żywności z dystrybutorami
 - Problemy i bariery we współpracy (widziane oczami producenta i dystrybutora).
 - Jak współpracować i optymalizować koszty?
 - Jak efektywnie budować sieć sprzedaży, lokować towar na półkach i sprzedawać? (efektywne zarządzanie łańcuchem dostaw).
 - Strategiczne rozwiązania decydujące o efektywnej współpracy dystrybutorów z producentami.

MODERATOR PANELU: Małgorzata Białasiewicz
redaktor naczelna miesięcznika fresh & cool market

UCZESTNICY PANELU:

Sławomir Chłoń, prezes zarządu Organic Farma Zdrowia; **Wojciech Obidziński**, dyrektor handlowy Coca-Cola HBC Polska; **Andrzej Gantner**, dyrektor Generalny Polskiej Federacji Producentów Żywności; **Marek Marzec**, menedżer ds. zapewnienia jakości na Europę Wschodnią Metro Group; **Mirosław Steć**, prezes zarządu Hochland Polska; **Jacek Dziełak**, dyrektor sprzedaży Animeksu; **Wojciech Zabiłowicz**, dyrektor dystrybucji Tesco; **Tomasz Jezierski**, były wiceprezes zarządu sieci Piotr i Paweł, były dyrektor generalny w Żabka Polska, obecnie współwłaściciel firmy konsultingowej; **Piotr Wierzbowski**, wiceprezes Centrum Mięsnego MAKTON S.A.; **Mirosław Kaczmarek**, członek Rady Nadzorczej M&M Polska.

13.00-13.15 PRZERWA

13.15-15.15 PANEL DYSKUSYJNY

Czy istnieje polski model dystrybucji FMCG?

Kluczowe tezy do dyskusji:

1. Czy wyniki uzyskane w I kwartale 2009 r. stanowią sygnał uzasadniający korektę strategii producentów i dystrybutorów na rynku FMCG?
2. Czy klienci usług preferują wysoką jakość funkcjonowania fizycznych kanałów dystrybucji z zapewnieniem ciągłości sprzedaży?
3. Drogi rozwoju rynku hurtowego w Polsce.
 - Rynek hurtowy jest w trakcie dynamicznej konsolidacji. Co z tego wyniknie i jaki będzie jego ostateczny kształt?
4. Prognozy rozwoju rynku.

MODERATOR PANELU: prof. dr hab. Wojciech Paprocki
Szkoła Główna Handlowa, Katedra Transportu

UCZESTNICY PANELU:

Carlos Saraiva, dyrektor operacyjny Jeronimo Martins Polska, zarządzający siecią Biedronka; **Andrzej Faliński**, dyrektor generalny POHiD; **Wojciech Zabiłowicz**, dyrektor dystrybucji Tesco; **Leszek Jurczak**, menedżer ds. klientów HoReCa i handlu hurtowego, Makro Cash & Carry Polska; **Wojciech Obidziński**, dyrektor handlowy Coca-Cola HBC Polska; **Marek Marzec**, menedżer ds. zapewnienia jakości na Europę Wschodnią Metro Group; **Mirosław Steć**, prezes zarządu Hochland Polska; **Maciej Stefunko**, członek zarządu, dyrektor handlowy Tradis (Emperia); **Grzegorz Waśniewski**, prezes zarządu Advadis S.A.