

KONFERENCJA

DYSTRYBUCJA – ŹRÓDŁO SUKCESU LUB PORAŻKI RYNKOWEJ

Organizator: fresh & cool market

Partner Merytoryczny: Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Katedra Transportu

Temat: dystrybucja – źródło sukcesu lub porażki rynkowej

Grupa docelowa: konferencja dla producentów, dystrybutorów i hurtowników żywności w Polsce.

Cel

- Mówi się, że nie jest sztuką wyprodukować towar, lecz go sprzedać. Aby tego dokonać, trzeba wybrać odpowiednią strategię marketingową, którą wspierają dostosowane do niej dystrybucja i logistyka. To bardzo ważne, bowiem dobór kanałów dystrybucji wyrobów może przyczynić się zarówno do sukcesu, jak i do porażki rynkowej producentów żywności.
- Wielu z nich wciąż poświęca mało uwagi organizacji dystrybucji tak, by była ona najbardziej efektywna i adekwatna do oferowanego asortymentu.
- Sprawna dystrybucja to podstawa przy FMCG, ponieważ stanowi jeden z najważniejszych elementów rynkowej przewagi konkurencyjnej producentów.
- Na rynku zacierają się granice między działalnością logistyczno-handlową a producencką. Przewagę w branżach mają producenci, którzy stworzyli efektywną sieć dystrybucji.
- W przypadku logistyki żywności producenci i dystrybutorzy stoją także przed pytaniem, czy dostawy powierzyć zewnętrznej firmie specjalistycznej, czy zorganizować je we własnym zakresie? Od czego to zależy? Jaki model współpracy wybrać?
- O powyższych sprawach będziemy dyskutować podczas konferencji, starając się znaleźć odpowiedzi na stawiane pytania.

Program

11.00–13.00 Panel dyskusyjny

Dystrybucja a strategia producenta – którą do klienta?

Tezy do dyskusji:

- Na ile dystrybucja wiąże się ze strategią marketingową wykreowaną przez przedsiębiorstwo?
- Czy skala i charakter produkcji przedsiębiorstwa wpływają na wybór strategii dystrybucji?
- W jakim stopniu wielkość asortymentu decyduje o wyborze kanałów dystrybucji?
- Czy specyfika branży w znaczący sposób wpływa na budowę strategii dystrybucyjnej w przedsiębiorstwie?
- Dystrybucja własna czy outsourcing?
- Jak wygląda sytuacja outsourcingu usług dystrybucyjnych w Polsce?
- Na ile jest to zjawisko powszechne? Dobre i złe strony obydwu rozwiązań.
- Co daje własna dystrybucja w konfrontacji z konkurencją, ile kosztuje?
- W jakim stopniu sprawna dystrybucja i logistyka dają przedsiębiorstwu przewagę konkurencyjną na rynku?

Moderator panelu: MAŁGORZATA BIAŁASIEWICZ, redaktor naczelna miesięcznika fresh & cool market

Uczestnicy panelu: producenci, dystrybutorzy, hurtownicy, analitycy rynku, eksperci.

13.00–13.15 Przerwa

13.15–15.15 Panel dyskusyjny

Czy istnieje polski model dystrybucji FMCG?

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

Moderator panelu: prof. dr hab. WOJCIECH PAPROCKI, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Katedra Transportu

Uczestnicy panelu: dystrybutorzy, hurtownicy, producenci, analitycy rynku, eksperci.

Udział w konferencji jest bezpłatny. Osoby zainteresowane uczestnictwem w konferencji prosimy o kontakt z panią Moniką Jonczak:

tel. 022 45 70 326, tel. kom. 512 14 81 01, marketing@fcmarket.pl

