

## 10 販売チャネル

### 01 チャネルの選択

#### 01 チャネルの選択

01 販売方針・計画を実現するためチャネルを選択していますか。

Y 現実の販売チャネルで、販売方針・計画との矛盾はありませんか。

N チャネルの選択は、販売方針・計画を実現するための主要ステップのひとつです。

02 ユーザーへの直接販売か間接販売かを決定する条件を検討しましたか。

Y 採用した決定条件により、予期した成果は挙がっていますか。

N 採用しなかった販売方式にメリットはなかったのですか。

03 製品単価と販売チャネルのミスマッチはありませんか。

Y (ない)競合他社のやり方、販売現場の意見等を聞いて、より良い方式はないか確認させます。

N (ある)ミスマッチによるマイナスを検討し、大きなものならチャネル変更を考えさせます。

04 製品の技術や商品構成などと販売チャネルのミスマッチはありませんか。

Y (ない)販売現場の意見、ユーザーの意見等を聞いてミスマッチはないか確認します。

N (ある)ミスマッチによるマイナスを検討し、大きなものならチャネル変更を検討させます。

05 新しい販売チャネルの活用は検討しましたか。

Y 現行のチャネルは、同業他社、同系製品分野と比較して適当ですか。

N フランチャイズ制、ボランティアチェーン、通信販売、インターネット活用 (e-commerce) 等は利用できませんか。

### 02 チャネルの評価

#### 01 チャネルの評価

01 流通系列化への取り組みを行っていますか。

Y どんな形態ですか。関係者の協力は得ていますか。

N 流通系列化のメリットと、そのための関係者の協力の必要を説明します。

02 現在のチャネルについての評価は行っていますか。

Y 現在のチャネルは、代理店制、特約店制、専門商社制などのうちどのシステムですか。そのメリットは、今後とも継続するものですか。

N 現在のチャネル以外のチャネル設定は可能ですか。設定を変えるメリットはありますか。

03 他社と比べ販売チャネル面での優位性はありますか。

Y 優位性はなにによるものですか。その拡大・継続は可能ですか。

N 優位性がないとすれば、なぜ変えることができないのですか。どう変えればいいですか。

04 販売チャネルとコスト負担の妥当性はありますか。

Y 現在の販売チャネルはチャネルとしての機能を十分発揮していますか。

N 現行チャネルは改善できますか。新チャネルの採用を検討してはどうですか。

05 販売チャネルは経営資源に裏付けされたものですか。

Y 別のチャネルならさらに有利な資源の活用ができるのではありませんか。

N どの資源に問題があるのですか。資源の整備またはチャネルの変更どちらかが可能ですか。