

分销渠道管理

第十一章 网络分销渠道

- 第一节 网络分销渠道概述
- 第二节 网络分销渠道形式
- 第三节 网络分销渠道管理策略

学习目标

（一）知识目标

掌握网络分销渠道的特点、功能、结构及模式；
掌握网络分销渠道的形式；
理解网络分销渠道管理策略；
了解网络中间商与传统中间商的区别。

学习目标

(二) 技能目标

能通过互联网为企业传播产品和服务的信息；

能根据相关计算机与网络营销知识，为企业制作商业服务网站。

第一节 网络分销渠道概述

- 一、网络分销渠道的含义与特点
- 二、网络分销渠道的功能
- 三、网络分销渠道的结构
- 四、应用网络分销渠道的模式

一、网络分销渠道的含义与特点

(一) 网络分销渠道的含义

网络分销渠道是指就是充分利用互联网络的特性，在网上建立产品或服务分销体系，通过互联网络平台从生产者向消费者转移过程的具体通道或路径。

一、网络分销渠道的含义与特点

(二) 网络分销渠道的特点

1. 渠道技术化
2. 结构扁平化
3. 形式虚拟化
4. 突破时空限制
5. 渠道系统整合性强
6. 销售对象数字化

二、网络分销渠道的功能

1. 订货功能

订货功能是指企业间利用通讯网络和终端设备，以在线链接的方式进行订货作业和订货信息交换的表现形式，主要由订货、通讯网络和接单电脑三部分构成。

2. 结算功能

结算功能主要是管理网络分销渠道中资金流。目前比较流行的支付方式有：货到付款、预存款结算、邮政汇款、银行卡网上付款、银行电汇、第三方支付平台(如阿里巴巴的“支付宝”)等。

二、网络分销渠道的功能

3. 配送功能

主要有两种配送方式：一是企业拥有自己的物流配送队伍，在顾客订货后，企业安排配送部门送货；二是企业和第三方物流企业进行合作，在顾客订货后，企业委托第三方物流服务商送货。

三、网络分销渠道的结构



图11-1 网络分销渠道结构

网络直销渠道是指通过互联网实现产品或服务从生产者到消费者的过程，简称网上直销。

网络中介渠道是指通过融入互联网技术后的中间商向消费者提供产品或服务。

网络中间商与传统的中间商的区别

1. 存在前提不同
2. 参与主体不同
3. 交换内容不同
4. 交换方式不同
5. 交换效率不同

四、应用网络分销渠道的模式



- 1. 辅助促销型：**是指一些网站提供许多产品信息和链接转售服务，客户不能下哦那个他们上面购买产品或服务，而是通过这些网站为客户指点转售这些产品或服务的一种分销模式。
- 2. 单纯网络销售：**是指企业将产品通过网络直接销售给最终客户，网络承担信息沟通和产品传递功能的一种分销模式。
- 3. 协同分销型：**指企业采用二元策略，既通过自己的网站销售，又利用其他合作渠道销售产品，同事还提供某些技术支持的一种分销模式。
- 4. 战略分销型：**指企业通过发展网络战略，以加大其直销力度，尤其针对那些有战略意义的大客户的一种分销模式。



第二节 网络分销渠道的形式

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/815022110100011310>