



# Conferinta Progresiv

Editia a IX martie 2009

Distributia prin canalul traditional

**kraft** foods

# Agenda

---

- **Reteaua de distributie Kraft, pe canalul traditional**
- **Contextul actual**
- **Directii**
- **Concluzii**

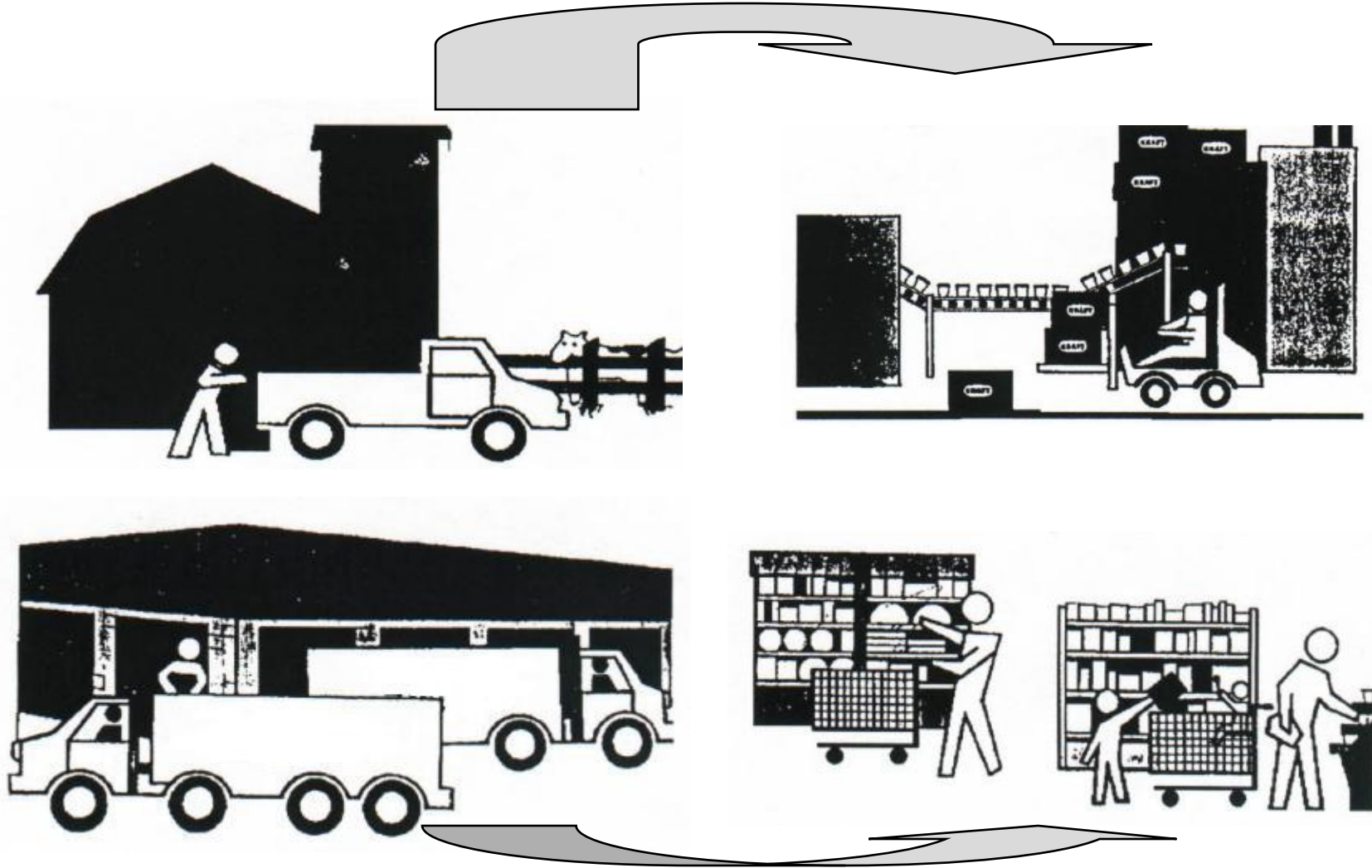
## **Reteaua de distributie pe canalul traditional**

---

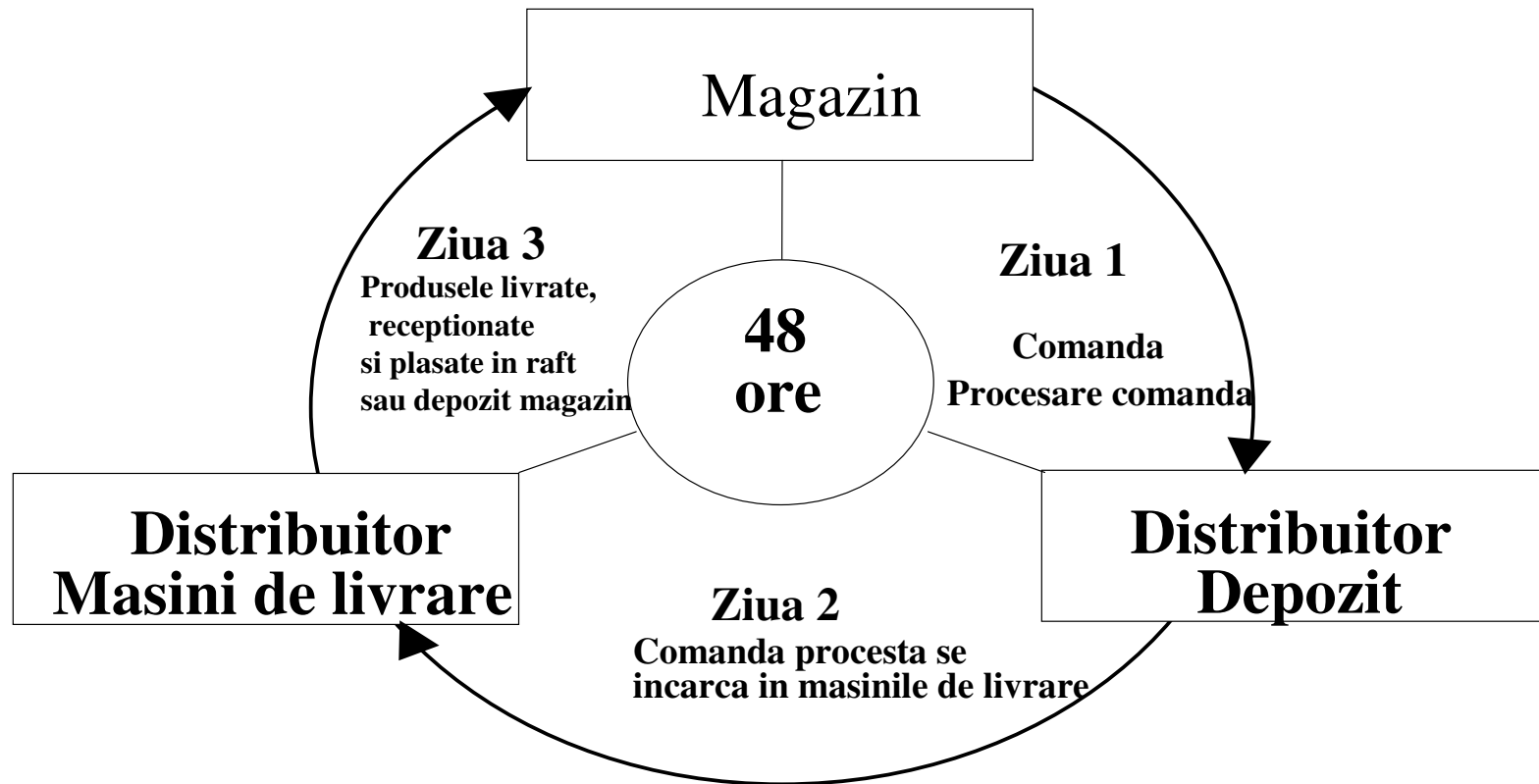
- **Distributia KFRo pe canalul traditional se realizeaza prin intermediul distribuitorilor**
- **Vanzarea catre magazine se face cu preponderenta prin precomanda**
- **Livrarea se efectueaza in max 48 de ore**

# Distributia pe canalul traditional

---



# Livrare in sistem precomanda



# Concluzii

---

- **Modul actual de lucru este rezultatul unei experiente de aproape 15 ani.**
  - 📄 In aceasta perioada au fost optimizate/modificate o serie de procese din dorinta de a mari performanta si eficienta in colaboarea cu partenerii din canalul traditional.
- **Valorile actuale ale indicatorilor de distributie (NWD, cote de piata, etc) confirma eficienta procesului implementat.**
  - 📄 Rezultatele obtinute in categoriile in care activam (ciocolata, cafea si biscuiti) ne obliga sa mentinem un standard ridicat in executie
- **Actual avem in medie 4 plasari secundare pe magazinele din categoria SM si LFS**

# Canalul traditional

---

**Situatia actuala**

## **Situatia actuala**

---


- **Nu s-au observat modificari in ceea ce priveste consumul in categoriile in care activam**
- **Stabilitate a fortei de munca**
- **Tendinta de reducere a riscului financiar din piata**
- **Cooperarea producatorilor/comeciantilor in gasirea unor solutii alternative si inovatoare.**




## Situatia actuala

---

- **In comertul traditional efectele crizei economice se resimt diferentiat:**

-  Tendinta de diminuare a stocurilor combinata cu costurile financiare marite duc la o diminuare a cifrelor de afacere la nivel de magazin.

-  Impactul negativ asupra lichiditatilor distribuitorilor duce la o atentie marita pe recuperarea banilor – risc de OOS si acoperire directa

-  Incetarea activitatii (temporar sau definitiv) in zona detalistilor mici

# Canalul traditional

---

**Directii**

# Producator

---

- **Mentineria nivelului de investitie in sustinerea marilor si promovarea acestora in piata:**
  - 📄 Campanii media sustinute
  - 📄 Materiale destinate magazinelor
  - 📄 Programe adresate magazinelor din canalul de traditional (adaptarea acestora la nevoile actuale ale pietei/consumatorilor)
- **Lansare de produse noi cu scopul de a adresa nevoile tuturor categoriilor de consumatori**

**Asigurarea unui business profitabil pentru reseaua de distributie traditionala.**

# Magazin

---

- **Mentinerea unui portofoliu echilibrat si corelat cu nevoile consumatorilor**
- **Administrare eficienta a stocurilor**
- **Asigurarea in continuare a unui nivel de servicii de inalta calitate si profesionalism.**

**Asiguarea unui nivel profitabil al afacerii**