

Obsługa klienta w różnych typach kanałów dystrybucji w firmie XYZ

Wstęp 4

Rozdział I.

Dystrybucja w teorii marketingu

1. Marketing w przedsiębiorstwach działających na rynku dóbr konsumpcyjnych..... 7
2. Dystrybucja jako element marketingu mix15
3. Istota kanałów dystrybucji20
4. Zarządzanie kanałami dystrybucji22
5. Uczestnicy kanałów dystrybucji – relacje 27

Rozdział II.

Dystrybucja fizyczna towarów

1. Istota i cele dystrybucji fizycznej29
2. Obsługa zamówień, magazynowanie, poziom zapasów, transport 31
3. Handel hurtowy – istota i założenia33
4. Handel detaliczny – istota i założenia 34

Rozdział III.

Organizacja sytemu dystrybucji XYZ

1. Systemy dystrybucji na rynku piwa w Polsce36
2. System dystrybucji XYZ 37
3. Dystrybucja w strategii rozwoju XYZ 40
4. Uczestnicy kanałów dystrybucji XYZ..... 41

Rozdział IV.

Obsługa klienta w różnych typach kanałów dystrybucji – wyniki badań wewnętrznych

1. Istota obsługi klienta42

2. Podstawy informacyjne i metody monitorowania poziomu zadowolenia uczestników kanałów z dostarczanej obsługi.....	46
3. Cykliczne badania zadowolenia klienta	47

Zakończenie	52
--------------------------	-----------

Spis rysunków.....	54
---------------------------	-----------

Bibliografia	55
---------------------------	-----------