























INTESA SANPAOLO
INNOVATION CENTER

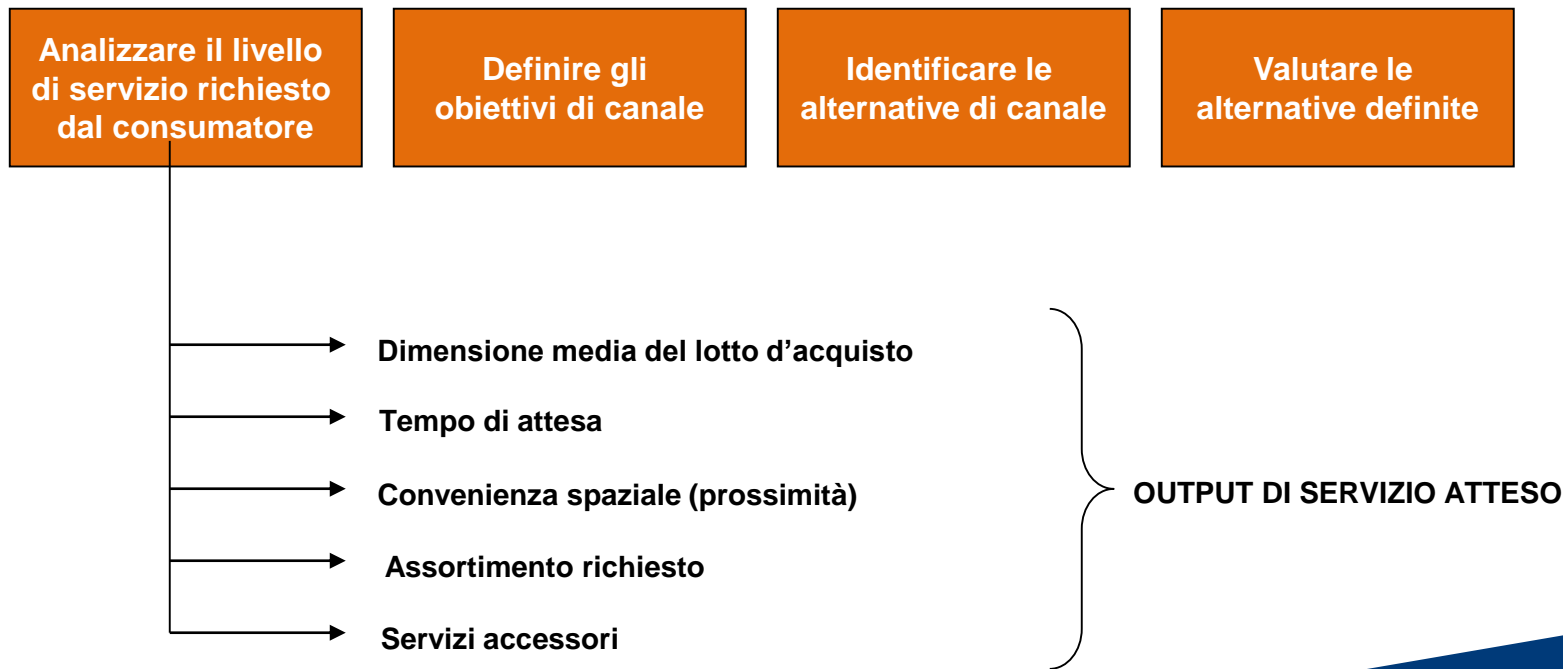
Lezione 6

Quali canali usare

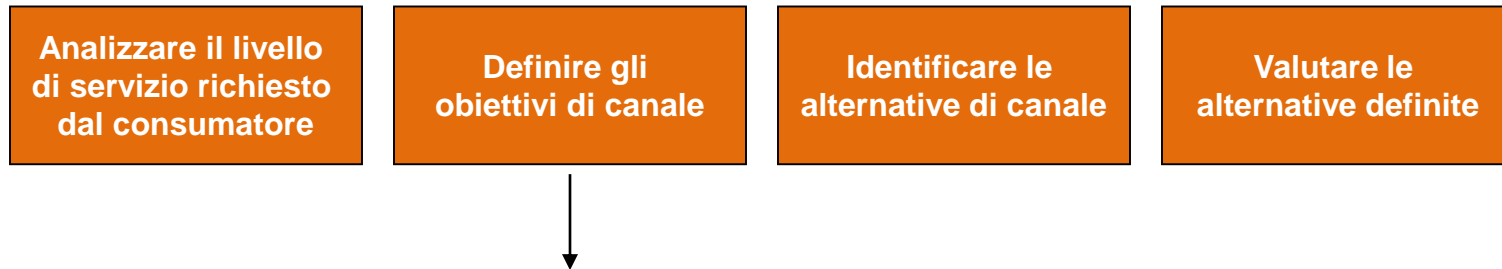
Le diverse strutture di canale

Tipo Stadi	Canale lungo	Canale corto	Canale diretto
Stadio della produzione	 	 	
Stadio dell'ingrosso	 		
Stadio del dettaglio	 	 	
Stadio del consumo	 	 	 

Le principali scelte per la definizione del canale



Le principali scelte per la definizione del canale

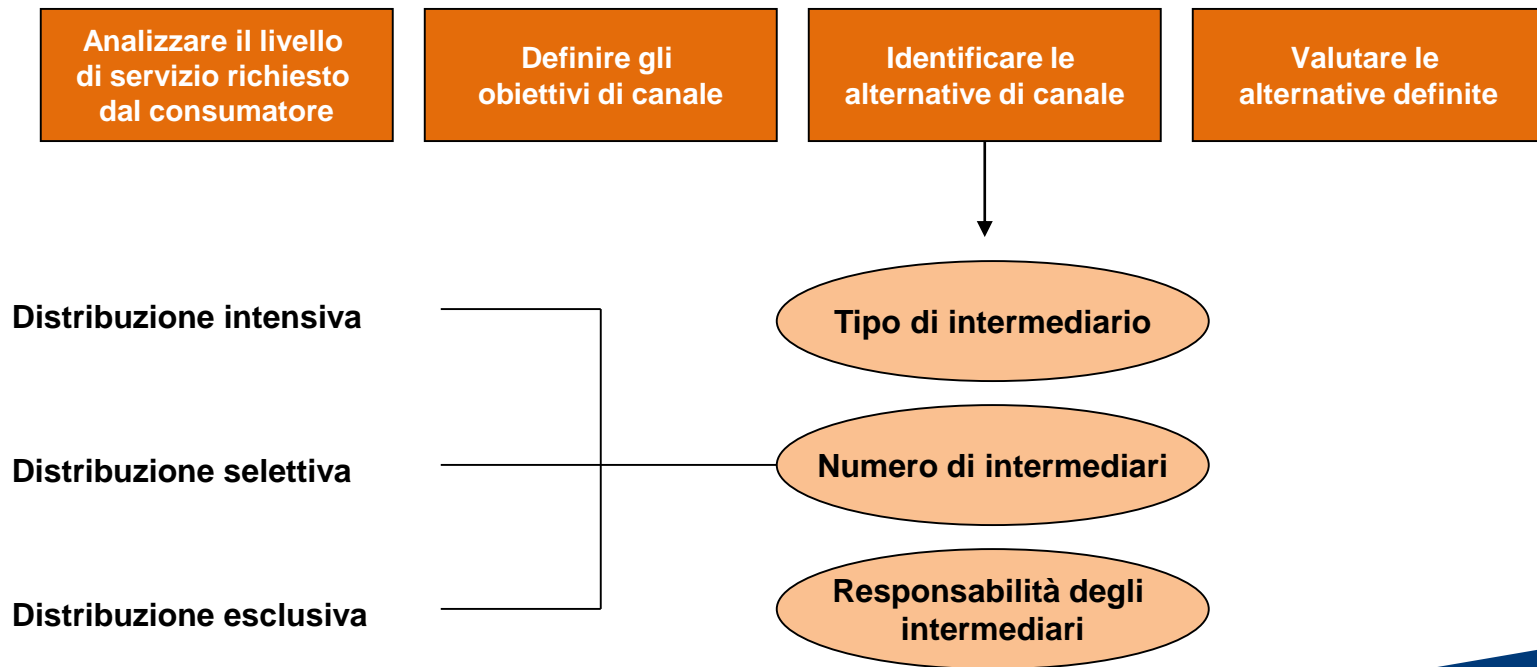


Le limitazioni alla definizione della struttura di canale derivano da:

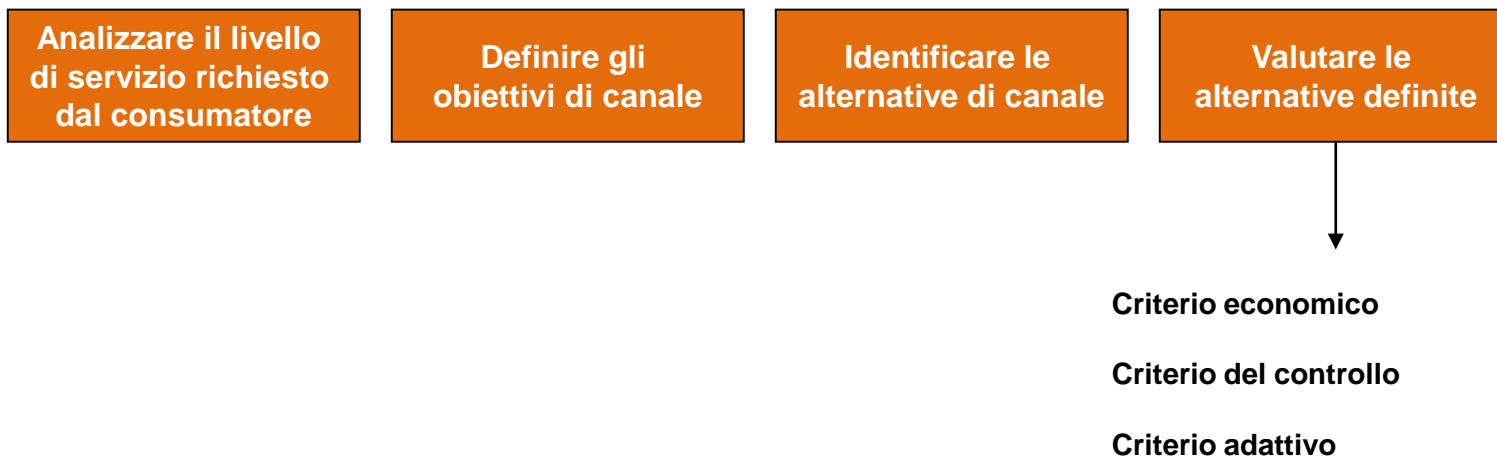
- **Caratteristiche del prodotto (deperibilità; dimensione; non standardizzazione; alto valore unitario)**
- **Caratteristiche dell'intermediario**
- **Caratteristiche della competizione**
- **Caratteristiche dell'impresa**
- **Caratteristiche ambientali**



Le principali scelte per la definizione del canale

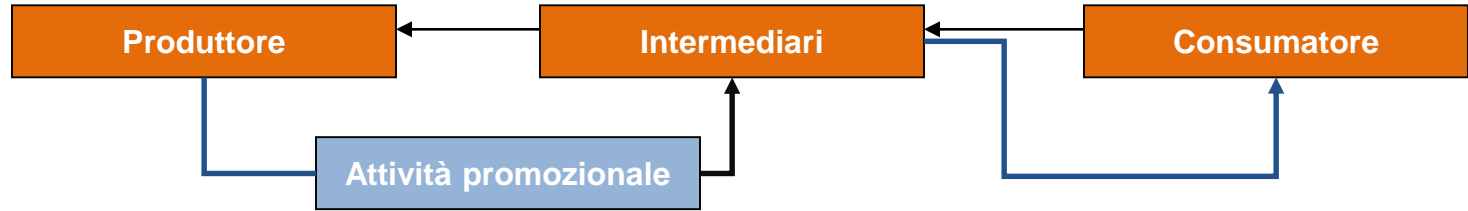


Le principali scelte per la definizione del canale



Definizione della strategia

Strategia **PUSH**



Strategia **PULL**

