

CAPITOLO 2

Gestione della rete di vendita indiretta

2.1 INTRODUZIONE

Il presente capitolo analizza la **gestione** delle reti di vendita indiretta. Le **tematiche** che vengono trattate sono le seguenti:

- Aspetti contrattuali
- Gestione delle spese
- Coordinamento della rete di vendita indiretta
- Formazione e sviluppo professionale

All'interno del capitolo sono presentate due sezioni d'analisi suddivise per argomento:

- A. Analisi generale: si cercherà in primo luogo di capire quali sono le caratteristiche principali delle pratiche in uso nelle aziende, per poi indagare sulle differenze riscontrabili in aziende appartenenti a determinati settori merceologici, dimensioni aziendali, aree geografiche.
- B. La seconda approfondirà i medesimi aspetti considerando sia la tipologia della rete di vendita indiretta (monomandataria, plurimandataria, mista) che l'organizzazione della stessa (organizzazione della rete in funzione dell'area geografica oppure alla clientela o ai prodotti/servizi).

A. Analisi generale		B. Approfondimento	
Settore merceologico	Industria	Monomandataria	Gli agenti monomandatari rappresentano una azienda solamente, costituendo quindi virtualmente un'estensione territoriale della rete di vendita di questa azienda
	Commercio e Turismo		
	Società di Servizi		
	Altri settori		
Dimensione Aziendale	Piccola Azienda	Plurimandataria	Gli agenti plurimandatari rappresentano contemporaneamente più aziende
	Media Azienda		
	Grande Azienda		
Area geografica	Nord-Ovest	Mista	Le reti di vendita mista comprendono sia agenti monomandatari che plurimandatari
	Nord-Est		
	Centro		
	Sud e Isole		