

CAPITOLO 1

Struttura della rete di vendita indiretta

1.1 INTRODUZIONE

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

- Composizione
- Riporto operativo

All'interno del capitolo saranno 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 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	
Settore merceologico	Industria
	Commercio e Turismo
	Società di Servizi
	Altri settori
Dimensione Aziendale	Piccola Azienda
	Media Azienda
	Grande Azienda
Area geografica	Nord-Ovest
	Nord-Est
	Centro
	Sud e Isole

B. Approfondimento	
Monomandataria	Gli agenti monomandatari rappresentano una azienda solamente, costituendo quindi virtualmente un'estensione territoriale della rete di vendita di questa azienda
Plurimandataria	Gli agenti plurimandatari rappresentano contemporaneamente più aziende
Mista	Le reti di vendita mista comprendono sia agenti monomandatari che plurimandatari