STREAM 7 - Quando utilizzare i third party channel partners

ABSTRACT

I **third party channel partners** sono aziende esterne che collaborano con un'altra impresa per commercializzare, vendere o distribuire i suoi prodotti o servizi, rappresentano, quindi il **come delle vendite** e del marketing (mentre il cosa riguarda i prodotti) occupandosi dell'immissione dei prodotti sul mercato, della soddisfazione dei clienti con vendite, assistenza e supporto, ma soprattutto della cosiddetta **portata**, ovvero il raggiungimento del maggior numero possibile di clienti nel modo più efficiente ed efficace possibile.

OBIETTIVI DELLO STREAM

- Implicazioni sia commerciali che legali di una scelta strategica di questo tipo
- Importanza del nostro ruolo nella supervisione commerciale della partnership
- La figura del **channel manager**

STRUMENTI E METODO UTILIZZATI

Analisi di case study.

AUTOVALUTAZIONE FINALE E FEEDBACK

Test di valutazione delle competenze teoriche acquisite.

COMPETENZE ACQUISITE DALLO STUDENTE

- Quando scegliere una soluzione di questo tipo
- Definizione chiara di ruoli e responsabilità della partnership
- Strategie di uscita

(ESEMPIO SCHEMA DI PARTENZA – ESEMPI)

3PL (Third Party Logistics): Aziende che si occupano dell'outsourcing della gestione logistica, inclusi stoccaggio, trasporto e spedizione.

Distributori: Partner che vendono i prodotti di un'azienda attraverso la propria rete commerciale.

Affiliati o rivenditori: Entità che promuovono e vendono prodotti di terzi in cambio di una commissione.

Fornitori di servizi di pagamento: Nelle transazioni digitali, soggetti terzi che facilitano i pagamenti su autorizzazione del cliente, come i PISP