



Genexis Business News

A Distribution Channel Behavior Company

Behavior
Tactical Mngmt of Distribution Channel Behavior
Analytical Mngmt of sell-in, sell-out and inventory information from distribution channels
Quality Assurance & Mngmt of transaction and data

TENDÊNCIAS

INSIGHT, INOVAÇÃO E AGILIDADE COMO SINÔNIMOS DE RENTABILIDADE

A Genexis tem como espinha dorsal de seu portfólio de produtos e serviços, a gestão censitária do sellout, trazendo a seus clientes a infra-estrutura de informações necessárias à geração de insights, com a rapidez e inovação inerentes aos negócios rentáveis.

Essa abordagem significa entregar o valor que os consumidores querem comprar e os fornecedores desejam comercializar. Mas para que isso ocorra, as empresas precisam entender de que forma devem responder a essas demandas.

Nasce portanto uma nova disciplina, a que se preocupa em entender o comportamento dos canais de marketing, em particular dos canais de distribuição.

Comportamento de canais de distribuição - uma nova disciplina

O novo marketing do consumidor: baseado nas incertezas e na dinâmica do complexo mercado conectado.

O novo consumidor, ativo, pós-moderno e com conhecimento do novo mercado, tem no tempo, um dos ativos mais valiosos. Por essa razão, buscam experiências de marca ao invés de darem atenção apenas a funcionalidades e benefícios promovidos por produtos e serviços.

Diante desse novo comportamento do mercado, fabricantes e varejistas buscam maneiras inovadoras de expandirem as opções dirigidas a esse novo consumidor. O crescimento do poder do varejo, da importância do médio e do pequeno varejista levam fabricantes a buscar novas formas de relacionamento com os canais de marketing, em particular os canais de distribuição.

Os desafios impostos por essa nova realidade levam todos os membros da rede de suprimentos a desenvolverem um novo relacionamento com os consumidores.

Isto significa primariamente, focar no comportamento da demanda, ou fazendo melhor o que já fazem ou construindo algo novo.

Para atingir esse objetivo, os fabricantes, canais de distribuição e varejo devem estar cada vez mais próximos do consumidor, buscando o entendimento de sua demanda, como principal forma de geração do valor que esses novos consumidores buscam continuamente de maneira inovadora.

O que os novos clientes Genexis estão demandando?

Como trabalhar no espaço do novo consumidor!

A falta de clareza sobre a contribuição do marketing tradicional aos negócios de hoje tem sido objeto de estudos e artigos nos últimos anos. Isto tem sido em parte, dirigido pela dificuldade de mensuração da efetividade do marketing mas também pelo fato de que o consumidor decide sua compra em grande parte quando se encontra no ponto de venda e o trabalho de execução na loja também é de difícil mensuração.

Entretanto, com a chegada da Genexis à indústria de produtos de consumo, compartilhando sua experiência de 16 anos de gestão de sell-out para a indústria farmacêutica, passou a ser possível mensurar o ROI sobre ações e programas de marketing, viabilizados através de produtos e serviços Genexis.

Visite o nosso site e conheça nossa plataforma de produtos e serviços: www.genexis.com.