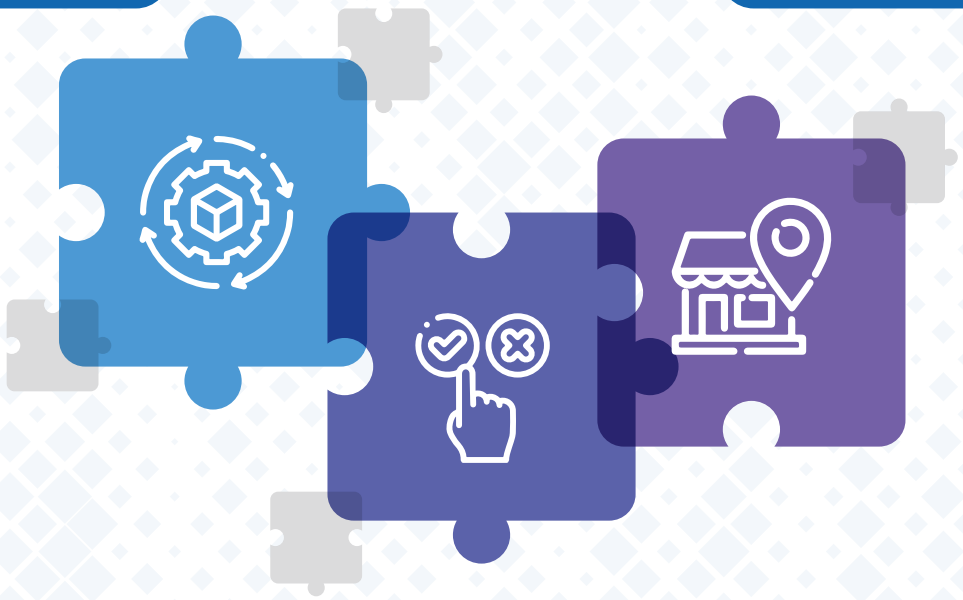
Intensiva:

La idea es que el producto se encuentre en la mayor cantidad de lugares posibles dentro de la cadena o puntos de disponibilidad.

Exclusiva:

El objetivo es solamente utilizar la menor cantidad de puntos de venta para poder hacer llegar el producto al cliente final.



Selectiva:

El objetivo es que dentro de varios canales elegir solamente aquellos que se consideren importantes o que de alguna manera demuestren que tienen un mayor nivel de profundidad o de alcance con el cliente final.

Instituto Profesional IACC
© 2022

Selectiva	Intensiva	Exclusiva	Selectiva
Características	Muchos puntos de venta y de gran alcance Compartida con otros fabricantes Distribuidores independientes Márgenes bajos Poca imagen Productos de compra frecuente	Pocos puntos de venta y de corto alcance No compartida con otros fabricantes Distribuidores propios o independientes Márgenes altos Imagen de prestigio Productos de compra esporádica.	Sistema intermedio Se recurre a más de un intermediario pero no a todos los que desean distribuir los productos Productos tipo electrodomésticos o mobiliario
Características	 	 	