



- L'abbassamento dei costi di produzione sia dei beni sia dei servizi commerciali  
*"...vincerà la battaglia nel mercato chi avrà ottenuto il più contenuto costo di produzione ed il più elevato livello di logistica..."* (A. Riboud);
- L'innovazione continua di beni e servizi per la miglior soddisfazione delle attese del cliente finale  
*"...il valore percepito dal cliente determina l'indice della sua soddisfazione ed è funzione della soddisfazione della qualità attesa dal prodotto e dal servizio con cui viene porto..."*  
*"...l'innovazione e la ricerca consentono di fidelizzare il cliente al punto di vendita..."*  
*"...senza prodotti che fidelizzino il punto di vendita non si riesce a fidelizzare la clientela..."*
- un costante e comune lavoro sulle interdipendenze di costo che legano produttori e distributori  
*"...la partnership intesa come controllo delle conflittualità che esistono ed esisteranno sempre nei rapporti fra enti la cui soddisfazione economica è legata e per i quali l'aumento della redditività di una parte comporta automaticamente una contrazione della redditività per l'altra..."*

Il pensiero dei maggiori distributori è soprattutto di qualità e di attenzione, non disgiunte, naturalmente, dalla necessità di essere aggressivi verso il mercato e quindi di pretendere un adeguato supporto da parte dei fornitori. Due catene, la francese Leclerc e la statunitense Wal-Mart hanno pubblicato le linee guida a cui si devono attenere i fornitori.

### 3.2.3 Il pensiero di Leclerc

1. *"tutto ciò che ha un prezzo può essere venduto meno caro, bisogna acquistare al prezzo più basso possibile per rivendere al prezzo più basso possibile"*
2. *"favorire le marche, arricchire le gamme, diversificare l'assortimento"*
3. *"quando eravamo piccoli abbiamo pensato che per crescere dovevamo vendere tutto al prezzo più basso possibile"*
4. *"abbiamo una équipe di persone motivate e solidali che garantisce una crescita costante e serena, la nostra insegna è solida, durerà a lungo nel tempo"*
5. *"la nostra organizzazione elimina i rischi finanziari collettivi"*
6. *"noi crediamo nell'ipermercato, abbiamo una forte adattabilità alla domanda"*
7. *"distribuire i prodotti è una funzione eminentemente sociale"*
8. *"i nostri prezzi bassi creano posti di lavoro, diamo un notevole contributo alla vita della collettività"*
9. *"favoriamo il rapporto diretto con il punto di vendita"*
10. *"la qualità è tutto e deve essere continuamente controllata"*

### 3.2.4 Il pensiero di Wal-Mart

1. *rivolgiti al dipartimento che fa per te*
2. *compila il questionario nelle sezioni che ti riguardano (prodotti, servizi, ecc.)*
3. *allega informazioni esaustive sui prodotti*
4. *allega un certificato di assicurazione commerciale*
5. *allega il bilancio più recente della tua azienda*
6. *allega il tuo numero UCC che consente l'applicazione del codice UPC (Il codice a barre americano, corrispondente all'europeo EAN)*
7. *allega il certificato di azienda posseduta da donne o da cittadini di qualche minoranza,*
8. *allega un documento che descriva il target di riferimento del tuo prodotto*
9. *leggi con attenzione (e con il tuo avvocato) il contratto prima di firmarlo*
10. *sottoponi i prodotti al test di qualità*
11. *cura in modo perfezionistico la logistica*