

RESUMÉ

Il y a tout un éventail de fournisseurs et de différentes façons de les repérer.

Tout d'abord, il faut définir les **critères** selon lesquels choisir les possibles fournisseurs.

Premièrement, on doit prendre en compte le **rapport qualité-prix**, surtout s'il s'agit d'une petite activité commerciale, avec une disponibilité financière réduite.

Deuxièmement, il y a une série d'autres paramètres à respecter concernant les détails du service, à savoir, **la disponibilité des produits** et les **délais de livraison, le stock, et l'éventuelle assistance** lors de problèmes.

Finalement, il faut se concentrer sur les **caractéristiques spécifiques** de l'activité commerciale, comme sa position géographique, les typologies de produits offerts et l'ampleur de sa clientèle, etc.

Une fois qu'on a fixé certains standards à respecter, on peut évaluer tous les différents **types de fournisseurs** selon les avantages et les inconvénients qu'ils présentent.

Les fournisseurs peuvent être des **grossistes** ou des **détaillants**.

Quand la vente se produit entre un producteur et un grossiste on parle de **commerce de gros**

Quand elle se produit entre un grossiste et un détaillant on parle de **commerce de demi-gros**

Quand elle se produit entre un détaillant et un consommateur on parle de **commerce de détail**

Ces trois types de vente composent le **CANAL LONG DE DISTRIBUTION**

Le **commerce de détail**, de son côté, peut être :

- **Indépendant**
- **intégré**
- **associé**