

**Internship Report**  
**On**  
**Distribution System of PRAN-RFL- Ltd**  
**A study on Duranta Bike**





**Internship Report  
On  
Distribution channels on PRAN-RFL-CB Ltd  
A brief study on Duranta Bike**

**Submitted To:**

Dr.S M Sohel Rana  
Assistant Professor of Marketing  
Department of Business Administration  
Faculty of Business & Entrepreneurship  
Daffodil International University

**Submitted by:**

MD KISMOT ALI  
ID: 132-11-120  
35<sup>th</sup> Batch  
Department of Business Administration  
Faculty of Business & Entrepreneurship  
Daffodil International University

**Date of Submission: 01 December, 2018**

# Letter of Transmittal

Date: 01 December, 2018

To  
Dr.S M Sohel Rana  
Assistant Professor  
Department of Business Administration  
Daffodil International University

Subject: Submission of Internship Report.

Dear Sir,

I am pleased to submit this internship report as instructed by you. I have tried my best to present this internship report on the “Distribution Channels on PRAN-RFL company: A Study on Duranta Bike Group” according to your guideline.

I tried my best to work sincerely to cover all aspects regarding the matter .I have thoroughly enjoyed in preparing this internship report which has contributed significantly to understanding on the essentials and importance of practical knowledge .I sincerely hope that you will appreciate my effort.

Sincerely yours

-----  
Md Kismot Ali  
ID: 132-11-120  
Department of Business Administration  
Faculty of Business & Economics  
Daffodil International University

## **Declaration**

I am Md Kismot Ali student of Bachelor of Business Administration (BBA), 35<sup>th</sup> batch ID No: 132-11-120, from Ashulia Permanent Campus declare that this Internship report on Distribution Channels on PRAN-RFL; A Study on Duranta Bike Group, is completely of my own work. References are provided, as it is free of plagiarism.

-----  
Md Kismot Ali  
ID: 132-11-120  
Department of Business Administration  
Faculty of Business & Economics  
Daffodil International University

## Approval Certificate

This is to certify that Md Kismot Ali bearing ID: 132-11-120, has prepared this internship report entitled ‘Distribution Channels on PRAN-RFL: A Study on Duranta Bike Group’ under my supervision and guidance. This is for the partial fulfillment of four-year graduation degree of Bachelor of Business Administration (BBA), major in marketing at Daffodil International University.

I have gone through the master paper. He has accomplished the report by himself under my Supervision.

I wish his every success in life

.....  
Signature of the Supervisor  
Dr.S M Sohel Rana  
Assistant Professor  
Department of Business Administration  
Daffodil International University

## **Preface**

The discussing report is the terminal formalities of the internship program for the degree of Bachelor of Business Administration (BBA) of Department of Business Administration of Daffodil International University in Bangladesh which is compact professional progress rather than specialized. This report has prepared as per academic requirement of after the successfully completion of 3 (three) months internship organized at Duranta Bike Group. It is my pleasure and great privilege to submit my report titled “Distribution Channels on PRAN-RFL: A Study on Duranta Bike” As the presenter of this report, I have tried my level best to get together as much information as possible to enrich the report while working at. I believe that it was a f Duranta Bike assonating experience to work in this section and it has enriched both my knowledge and experience. However, after all this, as a human being, I believe everyone is not beyond limitation. There might have problems regarding lack and limitation in some aspects and also some minor mistake such as syntax error or typing mistake or lack of information. Please pardon me for that mistake and clarify these of my further information on those matters.

## **Acknowledgement**

It is our pleasure to acknowledge that, the assessment on PRAN-RFL Group was really a nice learning curve for all of us. From which we have earned a wonderful experience and have learned many things. We would like to thank our honorable course coordinator Dr.SM.Sohel Rana.Assistant professor, Daffodil International University for providing proper guidance and help to complete the research project properly. We also like to thank those, who helped us by giving there valuable time, direction and information to make the report in a appropriate way.

## **Executive Summery**

PRAN-RFL Group is a leading food, beverage & plastic industrial conglomerate & market leader in Bangladesh. It is one of the most profitable companies of Bangladesh. Their mission and vision is to eliminate poverty and develop the agricultural sector of Bangladesh. Their motto is to generate employment and earn dignity and self respect for our competitors. Since 1981 they are trying to develop our countries agricultural and rural area. Besides this they are the largest agro-processing company in Bangladesh.

In this Report, we worked on the various factors on PRAN-RFL Group. At first we discussed about their organizational overview, history, aim, mission, vision industries, corporate office, and methodology .We took information from both primary and secondary sources like, total concern, employee, product, export list and other topics. We analyze SWOT, marketing strategy, financial condition, HRD & HRM on PRAN-RFL. We also discussed in this paper about the contribution to economy of this company in our country. Finally we summed up the whole topic and specified them to different chapter and part.



# **Chapter One**

## **Introduction**

## **1.1 Introduction**

PRAN begann seinen Betrieb im Jahr 1980 als Verarbeiter von Obst und Gemüse in Bangladesch und 1981 als PRAN und RFL zusammenführen wird einer der größten Konzerne in Bangladesch. PRAN RFL ist derzeit eines der am meisten bewunderten Food & Getränke-Marke unter den Millionen von Menschen in Bangladesch und anderen 77 Ländern der Welt, wo regelmäßig PRAN Produkte exportiert werden. PRAN RFLs komparativen Vorteil als Volkswirtschaft liegt in der Landwirtschaft. Sie glauben, dass der Weg zum wirtschaftlichen Wohlstand durch Agro-Business. PRAN steht für "Programmierte für ländliche Entwicklung auf nationaler Ebene" und RFL für Rangpur Gießerei begrenzt. PRAN RFL ist der Pionier in Bangladesch an Vertragsanbau zu beteiligen und beschafft Rohstoff direkt von den Bauern und Prozessen durch State-Of-The-Art Maschinen in unseren mehrere Fabriken in hygienisch verpackten Lebensmittel und Getränke Produkte. Die Marke PRAN RFL ist in jeder Kategorie Essen und trinken und andere Branche etabliert und ein Sortiment von Säften, kohlenstoffhaltige Getränke, Süßwaren, Snacks und Gewürze, Tücher und auch Milchprodukte steigern kann. Heute Verbraucher von PRAN RFL nicht nur schätzen "PRAN RFL" für seine authentische erfrischenden Saft Getränke Produkte, sondern auch für ihre köstlichen Süßwaren Qualitätsprodukte mit hohen visuellen Reiz und spannende Textur und beabsichtigen, ihre Präsenz in jede Ecke zu erweitern der Welt und bemühen uns, "PRAN RFL" eine wahrhaft internationale Marke, die weltweit anerkannt werden..

## **1.2 Motivation of study**

This report is done as a part of my BBA program. The report in "Comparative study of Distribution Channel Strategies of PRAN-RFL on Consumer Brands (Duranta Bike)" based on the organization of PRAN-RFL Group.

## **1.3 Objectives of the Study**

This report will be aimed at fulfilling the following objectives

- To study the ideas and methods used in PRAN Group.
- To evaluate the competing process and other programs of PRAN Group.
- To know the marketing strategies of PRAN Group.
- To know the position of PRAN Group nationally and internationally.

- To understand the contribution of PRAN in the economy of Bangladesh.
- To learn how PRAN Group makes the best use of domestic resources.
- To observe how to be the market leader by making the best uses of opportunities.
- To observe the CSR of PRAN Group.
- To realize the secret behind the PRAN Products.
- To analysis the HRD & HRM of PRAN Group.

## 1.4 Methodology of the Study

Dies ist ein beschreibender Bericht und dieses Berichts wird repariert, mit voller relevante qualitative und quantitative Daten 50 % der Daten sind primäre und sekundäre Daten im Bericht und diese Informationen wurden von der Firmenzentrale von PRAN-RFL Gruppe und obwohl Besuch vom Forscher primäre → Schlüssel Informationen Interview (KII) der Forscher und Officer → von Tag zu Tag Gespräch und Diskussion mit den Kunden → KII der Händler und Verbraucher sekundäre → Webseiten → PRAN-RFL Webseite und → Markt mehrere andere Informationen Zeitung, Artikel und Papiere gesammelt PRAN - RFL 1.5 Grenzen der Studie ♣ ist Zeit ein wichtiger Faktor in dieser Art von Arbeit. Aber; Wir bekommen nicht genug Zeit, um unsere Seminararbeit Arbeit zu tun, wie es sein sollte. ♣ Aufgrund der Geheimhaltung der Business-Strategie, nicht die Autorität der PRAN Gruppe viele detaillierte Informationen über Organisation weitergeben. ♣ Führungskräfte bleiben in der Regel sehr beschäftigt. Es ist schwierig, ausreichend Timefrom bekommen sie. ♣ Informationen unserer Seminararbeit Thema "PRAN-Gruppe" ist nicht verfügbar im Internet so viel.

## 1.6 The Importance of studyof Distribution Channel Strategies

Für ein Erzeuger oder Hersteller Vertriebskanäle ist die wichtige Tatsache, dass Händler ihre Produkte in ihre Geschichten beinhalten müssen. Für Entwicklung und Innovation der Vertriebskanäle viele Produkte/Hersteller bestimmte Arten von Einheiten Handelsunternehmen Handel Geschäftseinheiten zu beobachten und sie verwenden. Für eine Volkswirtschaft der Vertriebskanäle ist die wichtigeren Aktivitäten ihrer Geschäftstätigkeit auf jedem Markt, inländische oder ausländische. Jetzt entstehen pro Tag physische Distribution und physische Distributionsmanagement für neuartige Verbesserung der Vertriebskanäle durch neue Formen. Es ist sehr wichtig, eine Beziehung zwischen Konzentrationen zu machen. Da nur große wirtschaftliche Vorgänge Oppertunitunity, technologische Innovationen vorzustellen haben. Deshalb können sie günstige Gelegenheiten

in den wirtschaftlich unterentwickelten Ländern mit der Suche nach neuen Standorten zu nutzen und so finden Verbraucher unter ihren eigenen Bedingungen (a) mit der Ökonomie der Skala und Marktmacht.(b) Übernahme von günstigen Logistik- und Verteilungswirkungen Standorten.

# Chapter Two

## Company Overview

### 2.1 ORGANIZATIONAL OVERVIEW OF PRAN-RFL GROUP

PRAN-RFL ist ein Konglomerat Unternehmen. Es ist der größte Agro-Food-Processor und Lebensmittelexporteur von Bangladesch. Unsere Wirtschaft basiert auf Landwirtschaft und PRANs Ziel ist, unsere Landwirtschaft zu entwickeln. Sie wollen mehr Nachfrage nach Agro Produkt, hergestellt von unseren Landwirten zu schaffen. Ordnungsgemäße Ausbildung & finanzielle Unterstützung für unsere armen Bauern könnten mehr Agro-Produkte produzieren. Sie wollen Kontakt Landwirtschaft zu vergrößern. Auf der anderen Seite entsteht Beschäftigung durch Lebensmittel verarbeitenden Anlage von PRAN. Ihre Ansicht ist zur Schaffung von mehr Beschäftigung um Armut zu beseitigen. Ihr Ziel ist es, ihr Produkt zur Verfügung, um jede Ecke unseres Landes zu machen, so dass jeder Kunde bekommen das Recht, zu konsumieren. Sie exportieren ihre Produkte mehr als 77 Ländern in der Welt und

verdienen eine Menge der ausländischen Währungen zu unserem Land. PRAN versucht, ihre Position im globalen Markt schnell zu beschleunigen.

PRAN-PRAN Gruppe wurde geboren in 1980. Keeping in der Ansicht die corporate Mission der Gruppe sie haben im Laufe der Jahre diversifiziert ihre Tätigkeit in verschiedenen Bereichen. PRAN größtes Kapital ist ihr kompetentes Team von Hands-on-Manager und engagierte Mitarbeiter. Prana ist Bangladeshs größten Erzeuger und Verarbeiter von Obst und Gemüse. Ihre Vertragswinzern pflügen die erlesensten Früchte und Gemüse, die in ihren modernen und hygienischen Fabriken zu höchster Qualität & internationalen Standards verarbeitet werden. RFL - RFL begann seine Reise mit Produkten aus Gusseisen (CI) im Jahr 1980. Das erste Hauptziel war es, reines Trinkwasser und erschwinglichen Bewässerung Instrumente für verbesserte Landleben zu gewährleisten. Heute ist das Unternehmen hat seine Breite reicht von CI-Produkten wie Pumpen, Rohr Brunnen, Lager, Gasöfen usw. und erzielt das Prestige als die größte Eisengießerei und helle Werkstatt in Bangladesch. Mit der Vision, das gemeine Volk von Bangladesch mit Qualitätsprodukten Notwendigkeit zu dienen diversifizierte RFL seinen Betrieb in PVC Kategorie 1996 & in Kunststoff-Sektor im Jahr 2003. Derzeit ist sie Marktführer in diesen drei Sektoren-Cast Iron, PVC & Kunststoff im Land. Beträchtliche Menge ist auch in andere Länder exportiert. PRAN-RFL-Gruppe wurde im Jahr 1980 geboren. Halten im Hinblick auf die corporate Mission der Gruppe haben wir im Laufe der Jahre unsere Aktivitäten diversifiziert. Heute sind wir die größten Verarbeiter von Obst & Gemüse in Bangladesch. Wir ermutigen Vertragslandwirten und helfen ihnen Qualität anzubauen, höhere Erträge und zu fairen Preisen zu erhalten. Die Gruppe umfasst 10 Unternehmen. Die Hauptsitze befinden sich in Dhaka mit Produktionsstätten rund um das Land. Unser Management ist modern, unsere Umwelt & Kultur angepasst. Unser größtes Kapital ist unser kompetentes Team von hands-on-Krippen & engagierte Mitarbeiter. Geschichte - tatsächlich PRAN wurde 1980 von heutigem CEO Mej gegründet. G.(RTD.) Amjad Khan Chowdhury & RFL wurde im 1980. In 1981 gegründet, sie wurden zusammengelegt und begannen ihre Gruppe mit dem Namen PRAN-RFL-Gruppe. Jetzt sind sie eine der größten Gruppen in Bangladesch. Bedeutung von PRAN-RFL – PRAN bedeutet Programm für ländliche Entwicklung auf nationaler Ebene. RFL steht für Rangpur Gießerei Limited. PRAN Ansicht - Entwicklung des ländlichen & landwirtschaftlichen Sektors von Bangladesch. PRAN MISSION-"Armut und Hunger sind Flüche

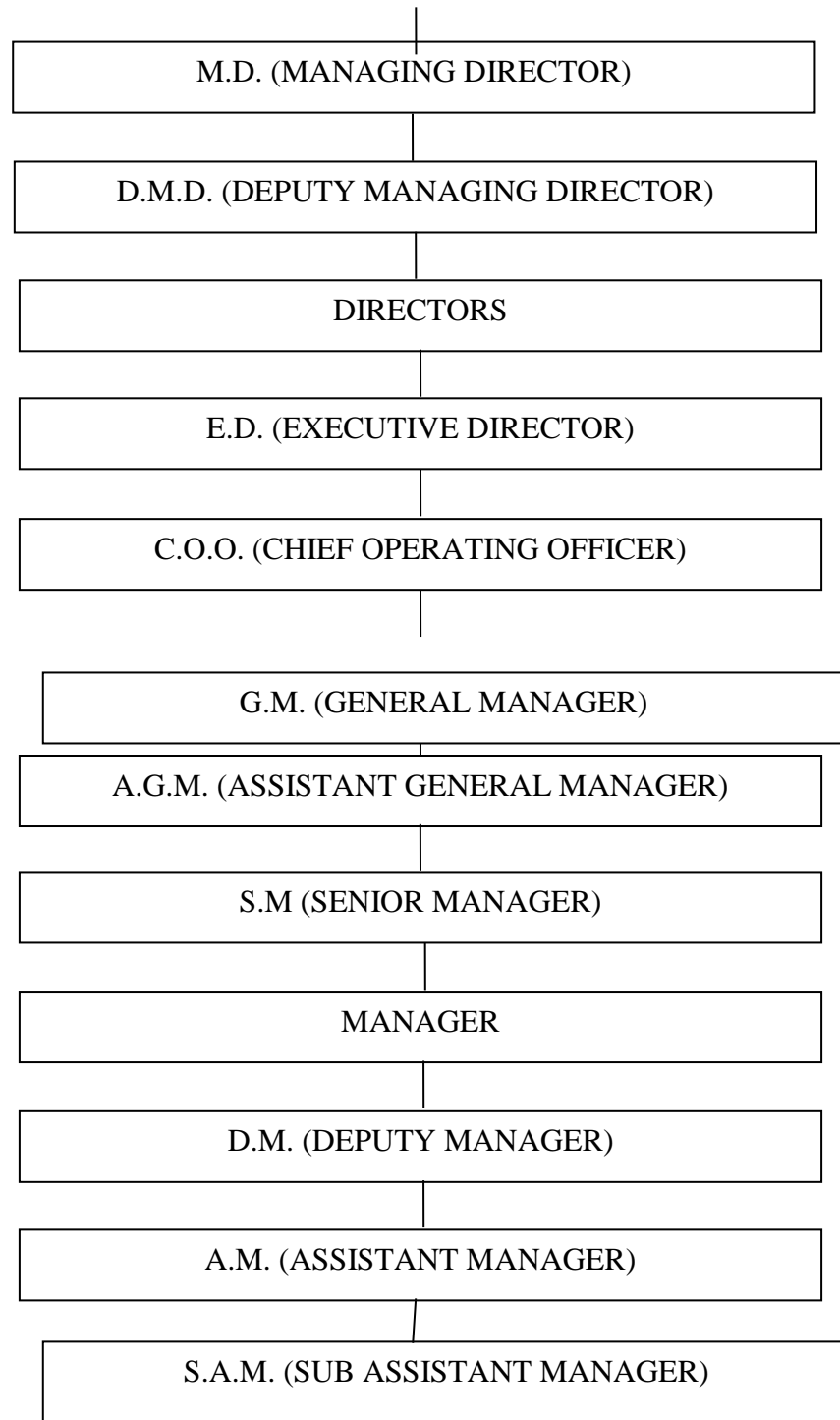
"PRAN des Ziel-" um Arbeitsplätze zu schaffen und verdienen würde und Selbstachtung für unsere Mitbewerber"PRAN VISION – Improving Lebensunterhalt.Art des Unternehmens – Konglomerat Company.Manufacturing und Lebensmittelverarbeitung. MITARBEITER - 40.000.INDUSTRES - 6 2.5 INDUSTRIES & CORPORATE OFFICES von PRAN RFLGROUP PRAN Company ist vorsichtig und sehr ehrlich über ihre Produkte.Sie erhalten hohe Qualität und internationalen Standard bei der Herstellung ihrer Produkte.Um ihre Kunden zufrieden zu stellen und ihnen liefern, was sie wollen.PRAN-RFL fährt durch einen Prozess, der modernen, wissenschaftlichen und gesund zugleich ist.Sie sammeln die besten Rohstoffe und in ihrer Branche durch die Kombination von Anstrengungen von Mensch und Maschine PRAN-RFL produzieren ihre supreme Produkte.Im Jahr 1981 als PRAN & RFL zusammengeführt, gab es ein neuen Start ihrer Reise.Jetzt PRAN-RFL ist eines der größten Unternehmen in Bangladesch und sie haben sechs Branchen im ganzen Land.Liste OE Branchen: 1.Ekdala, Natore.2.Ghorashal, Narshingdi, Polash.3.Kaligong, Gazipur.4. Telecommunication EPZ.5.Rupgonj, Narayangonj.6.kellabond, Rongpur PRAN-RFL hat auch 5 gemietete Branchen in unterschiedlicher Lage in Bangladesch, wo sie auch einige ihrer Produktion Funktionen vorübergehend ausführen.CORPORATE OFFICE: PRAN-RFL hat Unternehmenszentrale im mittleren Badda, Steuerung der Funktionen des Unternehmens.Es gibt eine Vielzahl von verkauft Büros und Center überall in Bangladesch.Bangladesh.PRAN MISSION-"Armut und Hunger sind Flüche"

Address of corporate office:

PRAN-RFL CENTER,  
105, MIDDLE BADDA,  
DHAKA – 1212,  
BANGLADESH, GPO BOX -83  
TEL: +880-2-8819209 EXT. -271,  
MOBILE: 01912-257289,  
FAX- 880-2-8837464,  
E-mail- [hrm19@prangroup.com](mailto:hrm19@prangroup.com),  
Web: [www.pranrflgroup.com](http://www.pranrflgroup.com)

## ORGANOGRAM OF PRAN-RFL GROUP

C.E.O. (CHIEF EXECUTIVE OFFICER)
----------------------------------



Weitere Informationen: ♣ The CEO PRAN-RFL Gruppe ist Mej.G.(Rtd.) Amzad Khan Chowdhury. ♣ der DMD von PRAN-RFL Gruppe ist Ahsan Khan Chowdhury. ♣ Es sind 5 Direktoren, 2 ED und 20 Coos TOTAL PRAN-RFL-Gruppe-Bedenken PRAN gehört zu der steigenden Markt Riese von Bangladesch. Nach der Gründung im Jahr 1981, stark PRAN-RFL-Gruppe ihr Geschäft steigt an. Jetzt sind sie eines der größten Konglomerat Fusion-Unternehmen. PRAN-RFL-Gruppe hat eine Gesamtzahl von 37 Anliegen. Anliegen: Anliegen der PRAN: 1. AMCL 2. Pack Mate 3. PAL 4. BBL 5. BAPL 6. PFL 7. PABL 8. PCL 9.



Molkerei Anliegen der RFL: 1.PBCL 2. Kunststoffe 3.METAL-1 4.Metall-2 5. Aufhänger 6.Re-Zyklus 7.RCL 8. TANK 9. Tasche andere Bedenken PRAN-RFL-Gruppe: 1.PDL 2. Charka 3. Eigenschaft hebt • und 16 mehr... 2.7 insgesamt OFPRAN-RFL Gruppe PRAN-RFL Mitarbeitergruppe setzt viel Wert auf ihre Mitarbeiter.Sie versuchen immer, effiziente und engagierte, kreative und fleißige Mitarbeiter für ihr Unternehmen zu rekrutieren.Chancengleichheit ist bei männlichen und weiblichen Arbeitern gegeben.Ihre Einstellung-Struktur ist sehr entwickelt und fair, so dass sie ein starkes Team von Mitarbeitern aufbauen konnten.Nach der Einstellung bietet PRAN-RFL ihnen ordnungsgemäße Ausbildung zu entwickeln, arbeiten Fähigkeiten, gutes Gehalt, Kommission für den Gewinn, Lohn unter die besten Mitarbeiter und vieles mehr.Sie betrachten die Mitarbeiter als Vermögenswert. Ein Beispiel über ihre Verantwortung ist; Sie versuchen immer, Gehalt vor dem 29. Tag des Monats, zu geben, so dass die Mitarbeiter nicht zu finanziellen Problemen leiden.Es gibt eine riesige Menge an Mitarbeiter in PRAN-RFL-Gruppe.Die Anzahl der Mitarbeiterdaten ist unten angegeben:

## **Products of PRAN-RFL Group**

PRAN nimmt einen umfassenden Ansatz für alle Arten von Agro verarbeiteten Lebensmitteln, unter Berücksichtigung aller Möglichkeiten, um ihre Produkte hygienisch und Qualitable.Mit HACCP-Konformität um sicherzustellen, dass die qualitativ besten Produkte zu den Verbrauchern zu erreichen legt PRAN großen Wert auf hygienische Herstellungsverfahren.Dies umfasst alles von der Auswahl der hochwertigen Materialien, die Verwendung von Lagereinrichtungen und eine sorgfältige Überwachung von Produkten mit elektronischen sortieren.Qualifizierte und erfahrene Personal wählen Sie Fertigprodukte, die dann in einem Labor, ihre Qualität zu überprüfen und zu suchende Reststoffe vor und nach dem Produktionsprozess überprüft werden.Unternehmens-EDV-Systeme bieten darüber hinaus die kontinuierliche Überwachung der alle Herstellungsverfahren um höchste Qualität zu gewährleisten.PRAN Speisen und Getränke-Industrie produziert über 422 Produkte und produzieren mit ihrem Margering Partner RFL Over 2000 Arten von Produkten.

## **2.8 Product positions**

Auf dieser Reise von 32 Jahren hat PRAN mit einigen wirklich guten Produkten kommen, die sind von hoher Qualität und höchste Standards.PRAN hat jetzt fast 422 Produkte im Markt. Alle waren von PRAN sind Halal.Products PRAN sind berechtigt, von der ISO: 9001:2012, Haccap (Hazard Analyse kritischer Kontrollpunkt) und Halal.PRAN legt großen Wert auf hygienische Herstellungsverfahren. Dies umfasst alles von der Auswahl der hochwertigen Materialien, die Verwendung von Lagereinrichtungen und eine sorgfältige Überwachung von Produkten mit elektronischen sortieren.Qualifizierte und erfahrene Personal wählen Sie Fertigprodukte, die dann in einem Labor, ihre Qualität zu überprüfen und zu suchende Reststoffe vor und nach dem Produktionsprozess überprüft werden.Als PRAN höchsten Priorität bei der Aufrechterhaltung der internationalen Standard und Qualität gibt es Produkte gibt, deshalb sind sie die beste Position in Bangladesch und auch internationalen Markt in einigen Fällen zu erobern.Export PRAN, der größte Exporteur von verarbeiteten Lebensmitteln aus Bangladesch, hatte eine Vision schaffen eine sehr große Nachfrage weltweit der Agro basierte Produkte von heimischen Bauern aus Bangladesch produziert.Erfolgreiche Reise zum Markt in 1996.Export Gründung der PRAN exportieren begann im Jahr 1991 und das erste Exportland ist, dass France.PRAN derzeit exportiert ihre

Produkte für 300 Millionen Menschen (ungefähr) von mehr als 77 Ländern.

### **Asia**

- 1.Pakistan
- 2.India
- 3.Nepal
- 4.Bhutan
- 5.Afghanistan
- 6.Myanmar

### **Europe**

- 1.France
- 2.Spain
- 3.Germany
- 4.England
- 5.Scotland
- 6.Ireland

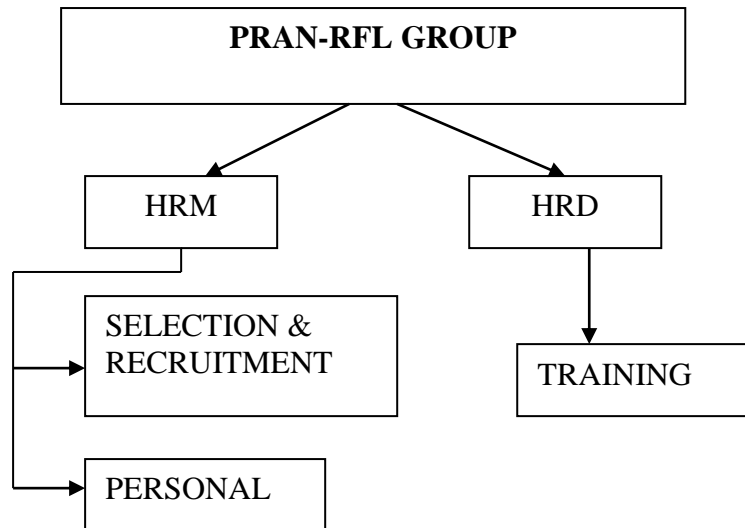
### **Africa**

- 1.Egypt
- 2.Senegal
- 3.Also in many countries of east and West Africa.

- PRAN Also export there products in USA and many other countries of the global

## **2.9 HRM & HRD OF PRAN-RFL GROUP**

HRD & HRM sector is a essential part of company. In Bangladesh PRAN-RFL Group is in a leading position in food and beverage sector. The reason behind this success is their HRD & HRM sector. In PRAN-RFL group selection, recruitment and personal is in HRM sector .Training is in HRD sector. The details are discussed below:



## **HRM:**

### **-PERSONAL:**

1. Employee guidance
2. Counseling.
3. Skill development
4. Personal development.
5. Management power development.

## **HRD:**

1. On-the job training:
  - Apprenticeship programs
  - Job instruction training
  - Preparing the trainees.
  - Presenting the instruction
  - Demonstrating trainees understanding.
  - Placing the workers into job.
2. Off-the job training:

- Classroom lecture.
  - Films
  - Demonstration
  - Case study
  - Training outside the company.
3. New employee training.
  4. Mid management level training program
  5. Sales training.
  6. Factory training
  7. Store management training
  8. Office assistant training.
  9. Distribution of sales management training
  10. Material management training
  11. Supervisors training.
  12. Basic English course.

## 2.10 Corporate Social Responsibility

PRAN-RFL ist ein Weg, um Armut & Hunger in Bangladesch in kürzester Zeit durch die Schaffung von Arbeitsplätzen zu kämpfen. PRAN-RFL ist eine Aktiengesellschaft, deren Unternehmensphilosophie in sich selbst, soziale Verantwortung mit der zusätzlichen Zwang verkörpert machen Gewinne um wachsen und gedeihen, die es zu seiner sozialen Verantwortung in größerem Maß als erfüllen müssen die Zeit vergeht. Prana bedeutet Investition in Agro-Verarbeitung: Erstellen von Anforderungen für Agrarprodukte, die Schaffung von Arbeitsplätzen im ländlichen Raum auch Landflucht zu verhindern. PRAN Ziel Mehrwert für landwirtschaftliche Ernte. Bangladeschs komparativen Vorteil liegt bei der Erstellung eines Wettbewerbsvorteils im Wert hinzugefügt landwirtschaftlicher Erzeugnisse. Dafür steht was PRAN. Große Erfolg des Konzerns wurde zu versuchen, zersplitterten Landbesitz zu konsolidieren und Bauern in "Vertragswinzern" von bestimmten Pflanzen für den Verzehr in PRANs großen verarbeiteten Produkten zu organisieren. Mit der Beseitigung von den Zwischenhändlern erhalten Landwirte faire Preise für ihre Erzeugnisse & durch technische Hilfe aus der Agro-Industrie; Ertrag, Qualität und Ertrag sind deutlich gestiegen. Armutsbekämpfung durch rentable Unternehmen ist jetzt ein erreichbar Ziel für viele Landwirte. Diese Entschließung ist vielleicht größte Errungenschaft der PRAN. Wir wissen, dass der Erfolg unseres Unternehmens stützt sich auf eine gesunde Umwelt. Wir tun alles, um gut zu sein ein Verwalter der Ressourcen unseres Planeten. Unsere CSR-Arbeit dreht sich um die vier Räumlichkeiten d.h. Energieerhaltungssatz und Gemeinschaft &

## Menschen zur Verbesserung der Qualität des Lebensunterhalts **2.11 Promises to the Community and the Environment**

### **Promises to the Community**

#### **Dairy Development:**

To develop the dairy industry in Bangladesh, **PRAN** has started Dairy Hub operations in Bangladesh at its own cost where we are organizing farmers, counseling for rearing of dairy & providing cattle feed, Artificial Insemination and other veterinary support to the farmers to increase the dairy yields.

#### **Education Development:**

**PRAN** is promoting education and supporting several schools in their operations providing the salary of the teachers and staffs, providing books, arranging special coaching for the students.

#### **Other Social Support:**

- Helping Mosque, Temple & Churches.
- Working together with Red Crescent.
- Collecting and donating blood.
- Working for the disabled.
- Working with 'SAVE THE CHILDREN'.
- Helping the community in natural calamities.
- We provide Airport Support for the Hajj Pilgrims every year from Bangladesh to KSA.

#### **To Consumer:**

Wir kümmern uns um die Notwendigkeit und die Zufriedenheit unserer Kunden. Durch unsere Kommunikationsaktivitäten lassen wir unsere Verbraucher über die Vorteile unserer Produkte und Innovationen kennen. Unser Ansatz ist verantwortungsvolles Marketing zu tun und vier klar definierte Prinzipien, die unsere Kommunikation zu leiten: 1. Unser Ziel ist es am Aufbau von Vertrauen durch klare communication. 2. We voll und ganz unterstützen Verbraucher Recht zu wissen, was in unseren Produkten und wir sind transparent in Bezug auf die Inhaltsstoffe. Wir bieten klaren Kommunikation über unsere Inhaltsstoffe, Datum ablaufen, Nährwerte, etc.. 3. Wir unterstützen unsere Verbraucher hören, ihre Anregung, Ansprüche oder Feedback durch Verwendung einer Kombination der Kanäle die Websites und Care Linie Telefonnummern usw., jede Art von Missverständnis zu reduzieren. 4. Wir bieten klare Preis Kommunikation.

#### **To Employee:**

Gleiche Chancen erhalten, beide männlich, weibliche Bewerber unabhängig von Rasse, Religionen, Kultur etc.. Die Auswahl erfolgt anhand der Verdienste und Qualifikationen. Jeder hat klare Stellenbeschreibungen und bekam Chancengleichheit beizutragen und teilen ihre Ideen und Gedanken in das Unternehmen zu wachsen. Mitarbeiter werden mit Gehalt, Kommission und Anreize gemäß Standards belohnt. Arbeiter und Angestellten erhalten

kostenlose & subventionierte Lebensmittel aus den Betriebs- und Mensen. Hygiene und die Gesundheit der Mitarbeiter sind die meisten Pflege mit Vollzeit ausreichende Anzahl von Ärzten, Krankenschwestern und andere medizinischen stützen herausgenommen. Um die menschlichen Fähigkeiten zu entwickeln, sind sowohl auf und ab die Jobs Trainings ständig auf alle Arbeiter und Angestellten zur Verfügung gestellt. Versprechungen, die Erhaltung Himmelslicht Energiedach Tageslicht während Fabrikbetrieb CFL Lampen an unsere Fabriken und Büros, Stromverbrauch Powered LKW zu reduzieren, Verringerung der Luftverschmutzung und Nutzung fossiler Brennstoffe für alle Fahrzeuge zu nutzen

### **Promises to the Environment**

**Community forestation:** In different locations around Bangladesh, we are planting trees to save our GREEN PLANET.

**Effluent Treatment Plant (ETP):** To ensure safe disposal of factory wastage we are got ETP's in all the establishments of our Group.

**Heat Recovery Boiler:** We recover the heat to save energy that we produce and utilize in our production facilities in all location

# **Chapter Three**

## **Distribution System**

### **3.1 Literature Review**

For a company marketing channel decisions are the most critical decision

Marketing channel decisions are the most critical decision for a company. If one considers major strategy of the marketing mix (product price, promotion and distribution) the greatest potential for achieving a competitive advantages form other companies.

In the past, Distribution channel focus on the functions performed by a distribution system, its associated with utility all these functions and overall system of a distribution channels. However gradually it is changing and viewed as the set of interdependent organizations involved in the process of making goods or services to consume or use. Thus intentional perspective pays more attention to its relative members like wholesaler, distributions and retailers etc.

The concept of distribution refers to where and how a product or service are to be delivered to sell, all the essential mechanism and logistical support for the transfer of products and services to its customer. A successful marketing channel ensures that a desired product is distributions in a desired amount to desired channels to satisfy customers.

Now a day's marketing channel ensure global environment where serving their product and service. In today's world marketing channel structure and strategy must be formulated based on globalization. Every organization must follow basic code regarding to globalization in distribution policy.

### **3.2 Model used in Distribution Channels**

A distribution channels is a chain of business or intermediaries through which a goods or service passes until it reaches the end consumer and it can include wholesalers, retailers and distributors.

**Phillip said** "Distribution channel is asset of independent organizations involved in the process of making a product o service available for use or consumption"

#### **3.2.1 Types of Distribution Channels**

There are two types of distribution channels

- 1) Direct channels
- 2) Indirect channels

**Direct channel:** When the manufacturer takes approaches to sale a product directly to the customer is called direct channel.

#### **5 Methods of Direct Channels are:**

- 1) Door to door selling
- 2) Internet selling



- 3) Mail order selling
- 4) Company owned retail outlets
- 5) Telemarketing

**Indirect channels:** When there become any middle man between end user and distributor is called indirect channel  
 Indirect channel can be:

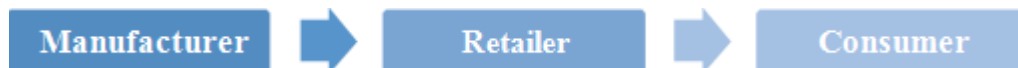
Manufacturer	Retailer	Consumer
--------------	----------	----------

### 3.2.2 Defining Distribution Strategy

Distribution channel is a very important thing of an organization. Mainly it can be two types.

1) **Direct Distribution:** Direct Distribution involves distributing the product or service from manufacturer to ultimate consumer.

It does not have any intermediaries between and consumers. The benefit of this distribution is manufacturer can control the whole process.



**Figure: direct distribution channel**

2) **Indirect Distribution:** Indirect Distribution involves distributing the product or service by the use of an intermediary, in this process, Manufacturer can sell their product to wholesaler or retailer and consumer buy from them.



**Figure: Indirect distribution channel**

### 3.2.3 Formulating Distribution Strategy

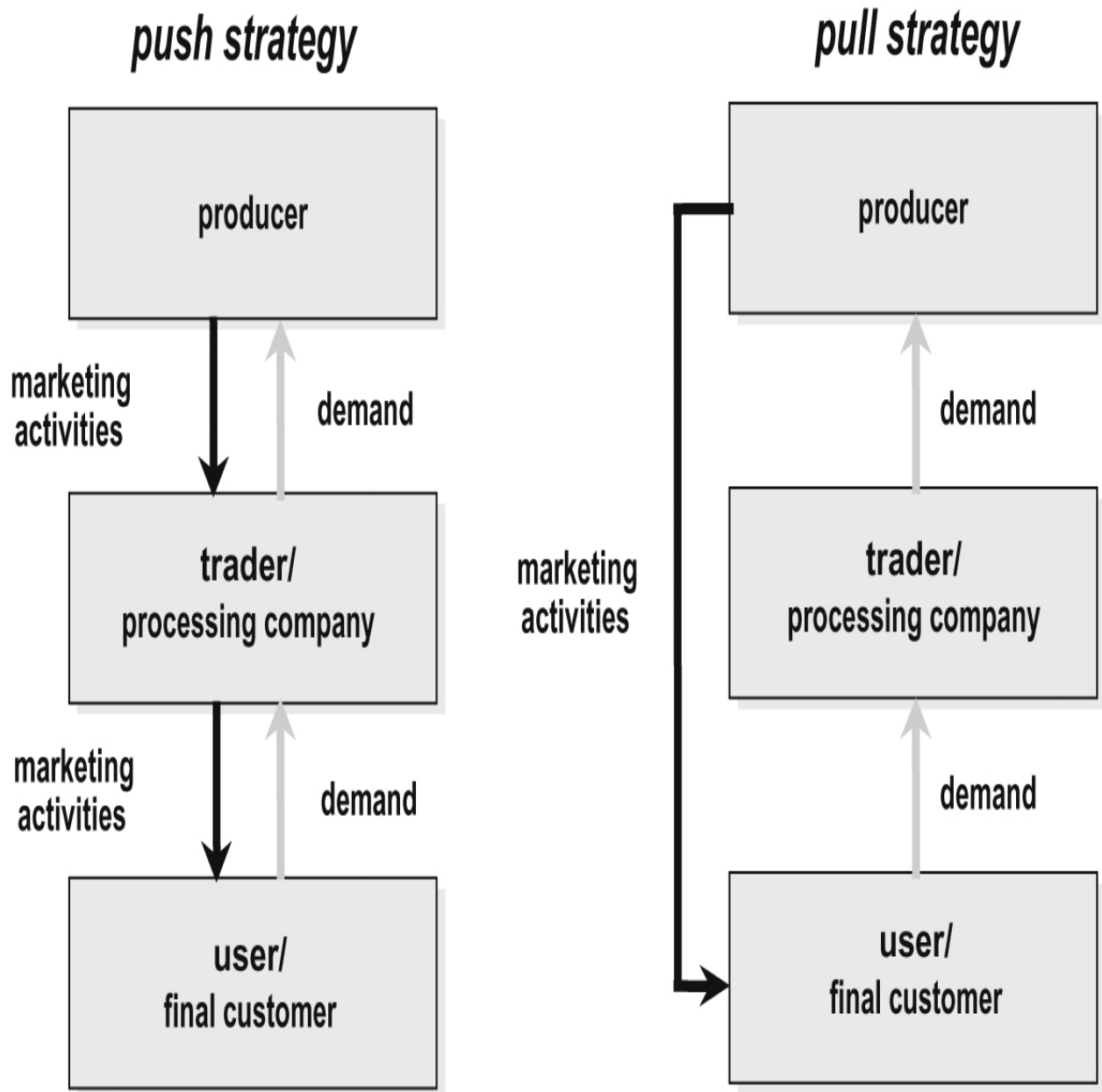
#### 3.2.4 Push Strategy and Pull Strategy

##### Push Strategy

- 1) Representation at trade shows

- 2) Trade offers
- 3) Incentives offer for the retailers to display the product on a key shelf.
- 4) Discounts of different product.
- 5) Distribution chain allows extended

**Pull strategy**



**Figure: push and pull strategy**

**Market visit report during internship period** market visit report for the Duranta Bike in different of Dhaka and Kishorganj city.

I am giving my market visit photos for the Duranta Bike in different places.



Figure: Photos of market visit of Duranta Bike

### **3.3 How PRAN-RFL maintains the process.**

#### **3.3.1 Responsibility of ZSM and ASM**

ZSM and ASM are the most important persons who lead the team strategically. They set the Strategy along with upper level management and implement those with the association of SR and DSR. They have a target and try to fulfill the target strategically. After a time period They evaluate the sales volume and take further decision accordingly.

#### **3.3.2 Responsibility of Sales Representatives**

#### **3.3.3 Responsibility of Delivery Sales Representative (DSR)**

# **Chapter Four**

## **SWOT Analysis & Finding**

### **4.1 Evaluation & Findings**

In this section I will discuss about the analysis findings.

#### **Data collection Procedures& Analysis**

## 4.2 SWOT Analysis

### Strength

- Brand Image
- Superior quality control measures.
- Market share
- Distribution channel.
- Highly skilled human resource.
- Unmatched product and brand portfolio.

### Weakness

- Short life cycle of product.
- A lot of distance and huge amount of transport cost.
- Lowest per capita consumption.
- Price disadvantages.

### Opportunities

- Company can develop the effective distribution system.
- Competitor's weak distribution channel.
- Export tie up with multinationals.
- Franchise business all over world.

### Threats

- Changing consumer behavior.
- Aggressive competitors
- Availability of foreign product
- Limited target segmentation.

# **Chapter Five**

## **Recommendation & Conclusion**

## 5.1 Recommendations

According to (Kotler & Keller, 2009), a successful marketing channel ensures that a desired Product is distributed in a desired amount to a desired channel to satisfy the desired Consumer. ACI should take some steps to improve their section:

1. **Minimize pricing conflicts:** As, RAN-RFL use multiple channels for their distribution of products also the conflict of pricing which is offer by both wholesalers and company directly to the retailers must be in similar. They should follow a similar price with all the value chain member..
2. **Lucrative Trade Offer for A & B category shops:** Trade offer must be improve and it must communicate with all the customers and retailers.
3. **Product Display:** Some display program can be taken to improve brand awareness.
4. **Petty Credit for small shop:** If they take policy of credit sales, small retailer can chain properly and keep it smooth to meet the desire of the customers.

## 5.2 Conclusion

PRAN-RFL is the most prominent and trustable organizations in Bangladesh and it



## Reference

1. [www.rflplastics.com](http://www.rflplastics.com)
2. [www.rflbd.com](http://www.rflbd.com)
3. [en.wikipedia.org/wiki/PRAN-RFL Group](http://en.wikipedia.org/wiki/PRAN-RFL_Group)
4. [www.pranfoods.net/](http://www.pranfoods.net/)
5. Internal Report and Database



