NUEVAS PERSPECTIVAS DE MARKETING B2B Y B2C

Las estrategias de marketing de empresas B2B son quase siempre planificado en serio, y a menudo, o quase siempre no tienen prisa: Para alcanzar objetivos y enjuegos a largo plazo, ellas son interesado sobretodo en la calidad de productos, cada vez con una tendencia y deseo de dominar en el mercado en general; en este contexto, ellas van a calcular el coste de produccion primero comparado al coste funcional. Otros factores, tales como la inflacion o periodos de recension, les haran y motivaran en aumentar o reducir lentamente los precios de productos, mientra que pueden dejar los clients o socios que no cumplen con los criterios de ventas, o no haran esto a termino largo. Es decir que: Ellas ‘’van a estimar cuatro veces y agir una vez solamente’’, quierendo ser protegido de danos posibles, que tartar de corregir/restorar las cosas despues .Ellas aman los cambios de alguna manera, mientras que no cambiaran sus politicas, es que alcanzando sus enjuegos a, 50-60% con las proceduras descrito arriba a termino corto.. Pero suelen de no tomar el riesgo para eso, especialmente si son marcas establecidas. La mas conservativas de ellas, prifieren ser una buena empresa solamente, con un ‘buen nombre’ en el mercado a base continua. Mientras que otras empresas que son mas desarolladas van a intersarse despues ser exitosas y perseguir de ser marcas, con lentos pasos.