NUEVAS PERSPECTIVAS DEL MARKETING B2B Y B2C

8a) Actualmente, la estructura de las empresas B2B, incl. vendedores al por mayor, es ella de pocos tipos de productos a menos clientes, enfocando en seleccionar ‘con cuidado’. Los vendedores al por mayor por ejemplo, van a comprar con cuidado y examinar de que fabricantes ellas compran, y si son productores y fabricantes a la vez, van a concentrarse en comprar menos productos enfocando a la calidad. Ellas daran el punto a los necesitoes de la gente y clientes como compradores, planeando sus estrategias de marketing en la calidad de productos, y el impacto que ellos tienen a clientes finales. Pues, ellas eligiran con cuidado, el material de productos enfocando a mas empresas con ventas masivas, menos clientes, eligiendo con cuidado, mientras su gama de clientes finales es menos larga y grande objectivamente, con mas ventas, y de este punto ellas van a cubrir clientes ‘perdidos’ vendiendo mas en precios mas altos que tiendas de venta minorista. El sistema de ingresos donde van a enfocar en la calidad de productos sera mas alto gradualmente pero aun de este modo constamente. (it continues..today stopping here 1 Apr 2022)

(Starts here 4 Apr 2022)

Es que, despues de un punto de tiempo, ellos pueden organizar sus cuentas de contabilidad, de coste funcional y productivo en un modo mas predictable, y muchos de ellos pueden hacer eso facilmentes, asegurando asi la buena reputación de su empresa. Ellas van a investir y reinvestir de ese modo mas seguro, y podran regular sus ingresos y gastos, dentro un sistema, mediante su pre-supuesto de antemano de planes, superando los ingresos netos gradualmente mas de 30%, ingresos netos conectados al coste total. Su coste extra nunca va a minar su buena reputación, y normalmente despues de alguin tiempo de exito, ellos seran predictables y enfrentables tambien. Ellas enfocan tambein en calidad y transparencia de colaboración, entre ellos y clientes a quienes van a vender de modo directo.