NUEVAS PERSPECTIVAS DEL MARKETING

(We opened a new file that continues as target language, from the point of source file in English, thus in target file in Spanish, sent previous time).

SP:

6a) En empresas B2B las decisiones pasan por muchos planes –6b)En empresas B2C las decisiones pasan por los sentimientos.

Pues, lo que decimos que en empresas B2B , las decisiones pasan por otras decisiones especificas, quieremos decir que este tipo de empresas hacen un presupuesto de antemano basado en planes de lo que es siempre dominante y puede regular el caso y estado del mercado en todo tiempo, e periodo. Ellas siguen el estado monetario del mercado en cada tiempo y siguen tendencias dominantes y estado internacional del marketing a nivel global cada vez. Pues ellas deciden sobre lo que van a producir, decidiendo tambein en que istrucciones daran a las empresas B2C sobre los precios de venta minorista, planeando segun precios de venta al por mayor, segun cuales las empresas B2C van a vender, la cantidad de productos que van a vender segun la epoca, haciendo este presupuesto de antemano de sus ingresos registrandolos en su bilan-normalmente las mejores de ellas, a decir las empresas que dominan el mercado y son ya marcas, como los mejores jugadores del mercado, con planes detallados..calculando su produccion y coste funcional junto. Entonces, ellas van a organizar sesiones a menudo y conferencias, mediante consejos administrativos, donde ellas van a tomar decisiones mas importantes para el futuro. (It stops here today 28 March 2022)

(It starts from here today 30 March 2022)

7b) Mientras las empresas B2C , ellas que hacen ventas minorista, van a plenear sus estrategias de marketing en base de sentimientos, pues muchas de ellas quieren vender productos, concentrando en sus mejores vendedores al por mayor; ellas quieren tener una relacion mas personal con clientes, ‘tocando’, es decir desarollando sus sentimientos versus productos ; en este termino, ellas son interesadas en publicidades, tipo y calidad de productos , ‘ad hoc’, a decir servicios centrales en tiendas, desarollando esos sentimientos y relacion especificas , mediante personal educado, de buen comportamiento; ellas son tambien interesadas en cosas, como las etiquetas del paquetaje, aparencia de productos en ventnas de tiendas, distribuyendo revistas y publicidad atraves dealers. Su estrategia de marketing es tambien aplicada en empresas B2B enfoca sobretodo en crear clientes interesados, , siendo tambien reputadas por la buena calidad y servicios, y aun como el cliente va amar sus productos, convertiendo sus necesitos en deseos.. (El continua..)