**NUEVO MARKETING Y SUS PERSPECTIVAS**

EL NUEVO MARKETING B2B: QUE ES? LAS DIFERENCIAS ENTRE EL MARKETING B2B Y B2C Y

ESTRATEGIAS PARA EXITO

**El Marketing B2B o Marketing Business to Business es concentrado en ayudar a empresas de informar otras empresas acerca de sus productos y servicios, atraer más clients y finalmente vender más.**

La declaración de mucha gente, que disputan a quien vender sus productos y/o servicios y dicen que ambos el Marketing B2B y B2C (business to consumer, es que ‘empresa al comprador’) no existen, ademas del Marketing B2H (business to human-‘’empresa al cliente’), es solo parcialmente y no totalmente aceptado.

Porque, actualmente en ambos casos , si una persona vende como persona privada, va a comportarse del mismo modo, de loque si vendiera para una empresa, que presenta como brand, y la diferencia aqui tiene que ver con este punto exactamente, para exito, o fallo total, al aplicar sus propias estrategias de marketing.

Una persona tendra lo mismo comportamiento, vendiendo para si mismo, con sus propias politicas de ventas, para alcanzar sus enjuegos, que como si vendiera como dealer (‘representante’) de una empresa, es decir al nombre de ella, aplicando estrategias, que ha aprendido, del entrenamiento, y que le ha dictado su empresa, siendo obligada de seguirlas.

Enseguida, vamos a ver, verificar y analizar a esas diferencias, siendo capaces ahora de entender, que tu marketing B2B trabaja bien. (Part 1)

Por ejemplo, un Dealer (=Representante) de una empresa de Cosmeticos que vende en sistema B2H, es decir directamente a clientes, y en este punto el contiene elementos del B2C, como vendedor del Marketing MLM, va escoger productos que el/ella quiere vender, distribuyendo la revista relativa del mes a ellos para eligir, o va escoger los mejores productos, ellos que en el mes ‘’X’’ se venden con rebaja, o va a crear un paquete ‘up-sell’ (upsell=muchos productos vendidos junto, en paquete de un unico precio), sea que son clientes recurrentes (aqui teniendo que hacer con el Marketing B2C), o no recurrentes, (aqui en el Marketing B2H), pues planificando sus propias estrategias de Marketing en este caso, y si el Dealer tiene una capacidad especial, el/ella podra tener más clientes recurrentes (aqui se trata de una sintesi de ambos B2C y B2H). Esa misma persona, trabajando en una tienda de Cosmeticos a nivel local, una tienda ‘’live’’, debera aplicar politicas y estrategias de Marketing, que ha aprendido de la Empresa para cual el/ella trabaja, seguiendo los comandos dados a el/ella por la empresa. Su comportamiento en ese caso sera un poco diferente de lo que seria, si el/ella trabajara como dealer/vendedor indipendiente, siempre según la politica de su empresa. (Part 2)

(Part 3-28 Feb 2022)

**DEFINICION DEL MARKETING ‘’BUSINESS TO BUSINESS’’ (‘ENTRE EMPRESA, DE UNA EMPRESA A OTRA EMPRESA)**

Segun el Conjunto del Marketing Americano (AMA), la tecnologia de marketing es la actividad, institutos conjuntos el proceso de crear, comunicar, entregar y cambiar ofertas que tienen valor para los consumadores, clients, socios y empresas en general.

Pues el, ***marketing business to business (B2B)*** seria en carga de crear, entregar y transferir valor de uno product especifico a otra empresa como cliente, y no solamente al usuario/comprador final.

Y este cambio al comprador/usuario final, va a determiner en todo, el tipo de estrategia(-s), lenguaje y acciones que seran aplicado, es decir, funcionar.

(Part 4-1 Mar 2022)

DIFERENCIA(-S) ENTRE EL MARKETING B2B Y B2C

Una empresa B2B vende productos y servicios a otras empresas y esto puede cambiar totalmente el tipo de estrategias y problemas enfrentados por esas empresas.

La diferencia entre el Markeing B2B y B2C es como la diferencia entre ‘necesitar’ y ‘quierer’’.

Un comprador/usuario/cliente final, quiere comprar productos y servicios de una empresa, pero (incl. excepciones) no los necesita de verdad para vivir. Esas son cosas que van a surgir sus emociones y realizar sus suenos, de comprarlos. En general, El/ella quiere que los productos/servicios sean de coste mas bajo, de los de empresas B2B. donde el proceso de compra es mas rapido y con menos interacciones.

(Part 5-2 Mar 2022)

Por productos de necesito, el marketing es más simple en general, como interacción con los clientes es más facil y rapido, siendo actualmente una transacción, no siempre interacción n en primer lugar.Los. productos de este tipo son diseñados para ser sofisticados, y la empresa X quiere ofrecer una buena calidad de coste medio o más alto, para enfrentar a sus competitores. Para ese tipo de productos la empresa debe llevar el coste de producción, normalmente vendiendo por mayor. Ese tipo/categoria de productos, que corresponde al marketing B2B, debe cumplir los necesitos de los clentes, y visto el coste funcional en caso de un fabricante de coches por ejemplo, esto puede ser de cualquiera coste. No debemos olvidarnos, que el comprador paga para lo que compra siempre, según la calidad . Pues, los productos que cubren los necesitos, en relación con B2B, son producidos por menos empresas, son de una larga gama de diseños y materiales de claidad, y deben ser ‘muy’ competitivos.

Mientras que el otro tipo de productos, del marketing B2C, por ej. una empresa de cosmeticos, que cumple los deseos de mujeres, puede tener varios productos, impresionantes, vendidos en largas cantidades, y para ser competitivos, deben tener propiedades, que van a causar el interés de los clientes, prometiendo de poder realizar sus sueños .’. Pues, en general, esos productos, pueden ser más baratos, y del punto de vista marketing en general, deben ‘convertir los necesitos a deseos’ de los compradores/usuarios finales.

(Part 5-4 March 2022)

De vuelta, **una empresa va a comprar solamente lo que necesita para survivir como empresa, desarollarse e salvar coste,**  tomando sus decisions con cuidado, como falta de elegir un proveedor que puede causar un daño material a la empresa y perdida de dinero, perdiendo tambien el cliente que ha comprador de ella.

Es po resta razon que **el trabajo principal de marketing B2B consiste en reducir/minimizar los riesgos posibles y ganar la confianza de los clientes.**