**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)