NUEVAS PERSPECTIVAS DE MARKETING B2B Y B2C

Por lo tanto, copie para empresas de cosméticos por ej.es "uso de los mismos materiales" que otras marcas exitosas establecidas, en el pasado, hace unas décadas, pero en sus propias combinaciones, sin embargo, para convertirse en marcas, tendrán utilizar los mismos materiales en sus propios productos. Por lo tanto, para mantenerse por delante de la competencia, sus productos, no deben ser solo una combinación ‘diferente ', que es como mezclar cartas durante el juego, solo para otro resultado, sino que, por ejemplo, usar solo unos pocos productos de la marca A, otros de la marca B, o mejor decir, como la marca A y la marca B, para presentar sus propios productos originales, que primero deben ser de alta calidad. No deberían buscar nuevos socios o fusionarse directamente, antes de convertirse en marcas, que están en contra de la competencia saludable y la fama de la empresa en la escena global. Ya que estas compañías deberían simplificar todos los previos parámetros , usando las mismas tácticas claves, (políticas de marketing específicas) con respecto a las políticas de marketing generales, al más de la mitad de ellos o mejor, 1/3 de políticas de marketing para empresas B2B, son Las tácticas generales del mercado, basadas en planes especiales, previa planificación en respecto de los fondos disponibles para l inversión, pero mejor, antes de asegurar, al menos un 40% -60% de las tácticas claves generales (es decir las políticas generales) su presupuesto en los objetivos no debería hacerlo. Ser a largo plazo, pero sus objetivos adicionales deberian comenzar después de que se conforman como compañía media y bien aceptada y listos para ser lanzados al mercado.