NOVAS PERSPECTIVAS DE MARKETING B2B Y B2C

1. MARKETING ENFOCA EM CLIENTE
2. Nos ultimos pocos anos, hemos visto como e o Marketing que enfoca em cliente y el marketing que enfoca en productos. Este cambio ha estado muy abrupto en Marketing B2B (*Business to Business=’Empresa a Empresa’),* y mas lente en B2C Marketing (*Business al Comprador).*

En un mercado enfocado en el product, lo mas importante es aumentar ventas y reducer el coste, es decir que la estrategia entra de empresas era concentrada en mejorar los productos y su calidad, para ser mas competitiva en el mercado aumentando ingresos.

Pero actualmente, por causa de cambios radicales del marcado y medios de trabajo, inclusa la tecnologia, vender e conectarlos en en los ultimos anos, hemos llegado en un Mercado que enfoca en clientes, donde lo mas importante es conocer quien son los clientes que la empresa va a necesitar y evaluarlos lo major possible. Esto sinifica que, para obtener un cliente puede ser caro, pero con el sistema del **B2B Marketing y las empresas equivalentes, podran aumentar sus ingresos y vender a menudo al mismo cliente.**

Este cambio implica que los productos generales no ‘trabajan’ y que los productos deben ser personalizados para unas categorias de clientes. Por esto, hoy, mas que nunca en el pasado, para que un cliente sea definido como perfecto, el perfil de la empresa y vendedores son muy importantes para tener exito.

Vamos a ver ahora como los principios y caracteristicas arriba estan aplicado : 1) Por empresas B2B 1a) Empresas industriales a empresas de ventas mayoristas 1b) Vendedores mayoristas a empresas de ventas minoristas 2) Por empresas B2C

1a) Ya hablamos como todo esto arriba esta aplicado, es decir CONOCIMIENTO-INTERES-CONSIDERACION-EVALUACION-VENTAS en cada caso:

Los fabricantes a empresas de ventas mayoristas , siendo empresas industriales, dan mucho cuidado a la calidad de sus productos, sabendo como ellos seran vendido en el mercado . Pues: a) CONOCIMIENTO : Ellas quieren saber todo, sobre la politica y estrategias de Marketing de empresas, a quienes quieren vender- asi ellas van a promover sus productos - (this is case 1b, that we’ll see and examine later),- su politica general de compras, calidad de servicios ad hoc, a decir en tiendas, formacion de personal, cantidades que van normalmente vender a empresas de ventas minoristas , para decider cuanto vendran a empresas mayoristas a su vez ; su fiabilidad de pagador, su metodo de contabilidad, transparencia, ritmo de trabajo, y cuando ellas van a proveeder productos de ellos (fabricantes), su sistema online y tasa de trabajo, si sean bien organizados, y todo esto segun a los estandares generales del mercado, inflacion asi que recesion a veces, productos en demanda, enfocando en producir y fabricar productos ‘unicos’ como nadie otro, que pueden tornarlas en marcas potencialmente.