NUEVAS PERSPECTIVAS DE MARKETING B2B Y B2C

NUEVAS PERSPECTIVAS DE MARKETING B2B Y B2C

Ahora, las empresas B2C, hacen su pre-presupuesto y se desarrollan, al 60%, en términos de microeconomía, tienen un capital fijo que no cambia, por razones de seguridad, en casos de mayor inflación, localmente, cuando venderán menos, al precio acordado con relativos vendedores integrales. Luego, casos iguales, intentarán vender localmente más productos, pero sin arriesgar capital invertido, por lo tanto, los fondos de acciones, que funcionan como activos, pero en este caso, el capital total invertido para evitar pérdidas en eses casos. Y en su caso, por lo general, al estar hasta el 60%, tratarán de acordar las ventas con empresas de tasa de intercambio más bajas que uno de sus propios países, para obtener más ingresos de este modo, pero hasta un 40% de ellos se reinvierten como activos. También van a considerar factores, como los impuestos, las tarifas de importación de los clientes, de ser así, al tratar de inventar políticas publicitarias, dones y descuentos, así que dar por ejemplo regalos a los clientes que acuden a ellos para comprar por primera vez, folletos publicitarios distribuidos de puerta en puerta, como de boca en boca, marketing por correo electrónico a clientes recurrentes, más capacitación del personal y más para vender la mayoría de los clientes posibles, encontrando los. Nuevos clientes a lo largo de estas políticas, y una mejor organización, y una mejor tasa de comisión como minoristas, siendo sido de acuerdo con los vendedores integrales, por lo tanto, B2B, para comprar más productos de ellos, a precios más bajos posibles, cuando sea aplicable. En tiempos de inflación localmente, ofrecerán descuentos a través de ventas ascendentes y también ofrecerán servicios un poco personalizados, a los clientes que han comprado, muy lejos de ellos, al menos dos veces, a decir asi. Por lo tanto, el gráfico va en este caso como enseguida: a partir del ingreso neto del 100%, incluidos productos comprados a los vendedores integrales: XAC (activo, lo que significa inversión de capital inicial para comprar acciones, incluyó todos los demás gastos de compras, ya sea de empresas B2B en su país) , Xnr (ingresos netos), XRI (inversión de riesgos), donde en el primer caso XA 40-60%, ingresos netos 10-30%y XRI, (capital de inversión de riesgos, de 15-25%), que serán para cubrir, aunque las políticas previas, para vender la mayor cantidad de productos posible, si estas políticas se demuestran no solamente a largo plazo, pero a corto plazo. Por lo tanto, evitarán de acumular acciones, de productos que no se venden mucho, o ofreceran descuentos, de más de 10%, como reemplazo del capital de inversión de riesgos.