NUEVAS PERSPECTIVAS EN MARKETING B2B Y B2C

Por lo tanto, poco a poco, vemos que este rango se vuelve más pequeño, y este es un parámetro de identificación, aún de la estructura dominante del mercado. También elegirán con criterios relativos, con qué compañía van a cooperarar, su fiabilidad, su experiencia, precios, etc., configurando así sus políticas de mercado para estos fines.

Además, con Internet, habiendo traído y causado una revolución real en el mercado, y cambiado los estándares de producción, junto con todos los otros medios de tecnología, utilizarán, a nivel global, estos medios de tecnología, para publicidad. Enviarán correos electrónicos y desarrollarán estrategias de correo electrónico, menos teléfono y periódicos para publicidad y acerca de las empresas que se reúnen por lo máximo posible sus propios criterios de desarrollo. Por lo tanto, es más fácil para ellas encontrar socios en el extranjero, principalmente intentarán (las empresas en su mayoría B2B) cooperar con parteneros como asociaciones estratégicas. También se informarán sobre todo lo anterior a través del Internet, y crearán su sitio en este caso, encontrando modos y formas para anunciar en línea y, sobretodo, hacer de los demás, socios potenciales para informarse sobre sus productos a través del sitio, y los mejores de ellos actualizarían a menudo su sitio, modificando su contenido y también solicitando expertos para diseño de sus sitios y la forma externa de sus productos.