
Kap 7 Analyse av bedriftsmarkedet: Kjøpsatferd

Kjøpsatferd i bedriftsmarkedet

- **Personer og virksomheter som anskaffer varer for å bruke dem i produksjonen av varer eller tjenester som videreselges eller videreformidles.**
- **B2B Også institusjonsmarkedet**
- **Kjennetegn som gjør det forskjellig fra forbrukermarkedet:**
 - Færre kjøpere
 - Større kunder
 - Samarbeid mellom kunde og leverandør

Forts. Kjennetegn ved bedriftsmarkedet

- Avledet etterspørsel
- Uelastisk etterspørsel
- Svingninger i etterspørselen
- Profesjonelle innkjøp
- Flere med i beslutningsprosessen
- Flere formål ved kjøpet
- Geografisk konsentrasjon
- Leasing som alternativ til kjøp

Hovedtyper av kjøpssituasjoner

- **Rent gjenkjøp**
- **Overveid gjenkjøp**
- **Nyanskaffelse**

Hvem deltar – Innkjøpssenteret

- **Initiativtakere**
- **Brukere**
- **Påvirkere**
- **Beslutningstakere**
- **Godkjennerne**
- **Innkjøpere**
- **Portvakter**

Kjøpsprosessen i bedriftsmarkedet

- **Problem/behov**
- **Kriterier/kvanta**
- **Spesifikasjoner**
- **Søking blant leverandører**
- **Vurdering av leverandører, tilbudsforespørsel**
- **Valg av leverandører**
- **Ordreplassing/bestillingsrutiner**
- **Oppfølging**

Organisering av kjøp –B2B

- **Systemkjøp og systemsalg**
- **Kundeforhold B2B:**
 - Transaksjon
 - Integrasjon
 - Nettverk
 - Spesifikke investeringer
 - Opportunisme

Kriterier ved kjøp

- **Tilpasning**
- **Engasjement/Betydning**
- **Kundeberedskap**
- **Pålitelighet**
- **Problemløsning**
- **Systemløsninger**

Just-In-Time

E-handel og B2B

- **Kommunikasjonsmiddel – kunderelasjoner**
- **Alternativ distribusjonskanal**
- **Serviceleveranse (ofte via intranett)**
- **Innsamling av markedsinformasjon**
- **Integrering i verdikjede/nettverk**