

Сравнение В2b и В2с



Сравнение B2b и B2c

B2b

Это коммерческая деятельность, при которой клиентами являются другие компании и предприниматели.

b2b – продажа товаров и услуг одних коммерческих фирм другим

B2c

Под ним понимают продажу товаров и услуг клиентам-физлицам для личного потребления. Продовольственный гипермаркет, интернет-магазин или маленький офис юридической консультации для населения – это все b2c. Для данной сферы характерно большое количество клиентов при относительно невысоком среднем чеке.

b2c – продажа товаров и услуг коммерческих компаний физлицам для личного пользования



Самые популярные виды



B2b	B2c
Машиностроение	Стационарные торговые точки
Сырьевые и металлообрабатывающие компании	Передвижные торговые точки
Химическая промышленность	Общепит
Деревообработка	Услуги для населения
Консалтинг	Интернет-коммерция
Рекламно-маркетинговое направление	

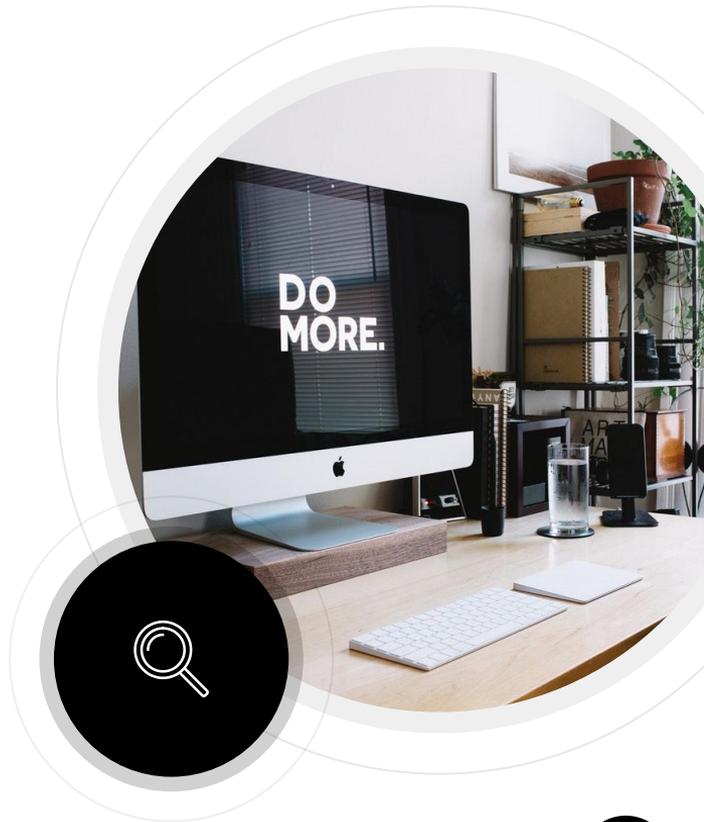
Плюсы и минусы

B2b

- Возможность получить высокую прибыль, сотрудничая всего с несколькими клиентами
- Конкуренция меньше, чем в b2c
- Широкая география бизнеса
- Покупатель изначально заинтересован в приобретении
- Начать можно без больших вложений

B2c

- Прямой выход на конечного потребителя, возможность влиять на продажи
- Низкие первоначальные затраты (в интернет-торговле)
- Возможность выбрать любой сегмент покупателей: локальный точечный или неограниченный
- Меньшая, чем в b2b, зависимость от квалификации сотрудников



Объем закупок



Как правило, в B2B клиенты покупают товары оптом, планируя под такие закупки отдельные статьи бюджета компании. В B2C большая часть товаров приобретается поштучно или небольшими партиями для личного пользования, и процент спонтанных покупок намного выше.

Эмоциональное восприятие

Эмоциональное восприятие

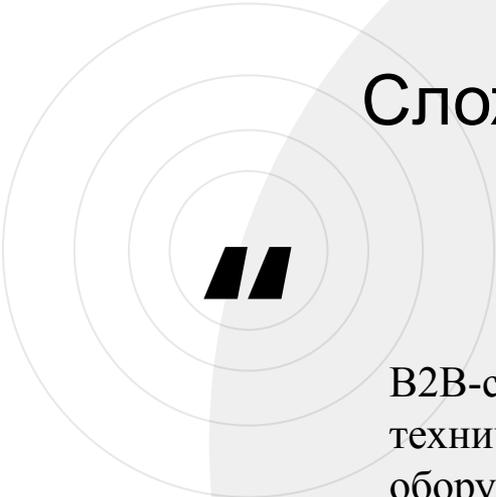
В B2B и B2C клиенты по-разному воспринимают рекламу и бренды. Когда обычный покупатель выбирает между знакомым и неизвестным брендом, он чаще выберет проверенный вариант. B2B-покупатели готовы переплачивать за бренд лишь в случае ощутимой разницы в качестве: для них возможность решить задачи бизнеса важнее ярлыков и моды.



Маркетинговые коммуникации

В B2C основными каналами продвижения служат наружная реклама, реклама в интернете и СМИ, блоги, форумы, социальные сети, сарафанное радио. Для B2B наиболее эффективны деловые и профессиональные мероприятия, где продавцы заключают договоры с клиентами, взвешивая множество факторов для принятия решения о сотрудничестве.





Сложность товаров

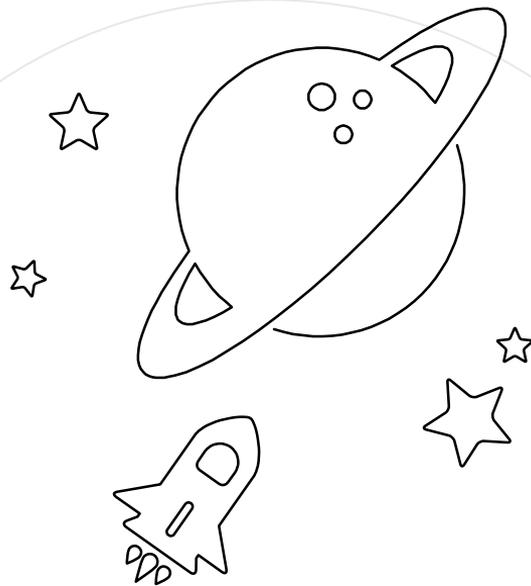
В2В-сегмент в основном связан с более сложной с технической точки зрения продукцией, такой как оборудование для промышленности или профессиональная аппаратура. Товары для рядовых пользователей проще в использовании, даже если это, например, бытовая и цифровая техника.

Число клиентов

В B2C-секторе число клиентов исчисляется сотнями, тысячами и даже миллионами, особенно когда речь идет о товарах повседневного спроса. В B2B могут быть десятки клиентов либо даже единичные постоянные партнеры, хорошо известные продавцу.

Перед тем как создать интернет-магазин, важно понять, к какой именно нише он относится (большинство — к B2C). И лишь потом выстраивать маркетинговые коммуникации и планировать рекламные бюджеты: с пониманием дела это выстраивать уже легче.





**Спасибо за
внимание!**