






# B2B BUSINESS TO BUSINESS

UNTER DEM BEGRIFF B2B (ODER AUCH BUSINESS TO BUSINESS GENANT) WIRD DIE GESCHÄFTLICHE VERBINDUNG VON ZWEI UNTERNEHMEN IM ELEKTRONISCHEN GESCHÄFTSVERKEHR (E-COMMERCE) VERSTANDEN. DIE GESCHÄFTSBEZIEHUNG ZWISCHEN UNTERNEHMEN UND KONSUMENTEN HEISST DEMENTSPRECHEND B2C (BUSINESS TO CONSUMER). TEILBEREICHE DES B2BB2B LÄSST SICH IN VERSCHIEDENE TEILBEREICHE EINTEILEN. SO GIBT ES BEISPIELSWEISE DAS B2B-MARKETING, BEI DEM SICH SÄMTLICHE MARKETINGAKTIVITÄTEN AN UNTERNEHMEN RICHTEN. AUCH B2B-SALES-AKTIVITÄTEN WENDEN SICH AN UNTERNEHMEN UND SORGEN DAFÜR, PRODUKTE BZW. DIENSTLEISTUNG FÜR DIESE UNTERNEHMEN ZU VERTREIBEN UND ZUR VERFÜGUNG STELLEN. WEITERHIN TAUCHT B2B AUCH IM CUSTOMER SUPPORT AUF, BEI DEM MITARBEITER DES LEISTENDEN UNTERNEHMENS ANDEREN UNTERNEHMEN SÄMTLICHE FRAGEN RUND UM DAS PRODUKT ODER DIE DIENSTLEISTUNG BEANTWORTEN. CUSTOMER-SUPPORT EIN FUNKTIONIERENDER CUSTOMER-SUPPORT IST EINE WEITERE GRUNDVORAUSSETZUNG FÜR EINE DAUERHAFTE BEZIEHUNG ZWISCHEN UNTERNEHMEN. DIE PRODUKTE ODER DIENSTLEISTUNGEN IM B2B-BEREICH ERFORDERN AUFGRUND IHRER KOMPLEXITÄT MEIST EIN UMFASSENDES BERATUNGSANGEBOT. DER CUSTOMER-SUPPORT DES LEISTENDEN UNTERNEHMENS MUSS ALLE AUFTRETENDEN FRAGEN RUND UM DAS PRODUKT ODER DIE DIENSTLEISTUNG BEANTWORTEN KÖNNEN.





## B2B-Marketing


Das B2B-Marketing beinhaltet alle Marketingmaßnahmen, die sich positiv auf die Beziehung zwischen zwei Unternehmen auswirken. Ziel der Marketingaktivitäten ist es, eine Vertrauensbasis aufzubauen und das Kundenunternehmen stärker zu binden. Im Vergleich zum breitgefächerten und vergleichsweise unpersönlichen B2C-Marketing orientiert sich das B2B-Marketing stärker direkt am Kunden.

### Die richtigen Maßnahmen einsetzen

Eine erfolgreiche Umsetzung des B2B-Marketings erfordert ein Umdenken, da die Ansprache von Geschäftskunden auf eine andere Weise erfolgen muss als die Ansprache privater Konsumenten. Emotional geprägte Spontankäufe sind im B2B eine absolute Seltenheit, da der Kunde die Dienstleistung oder das Produkt nur bei einem tatsächlichen Bedarf bestellt. Sowohl im B2B- als auch im B2C-Marketing gehören eine professionelle Aufmachung der eigenen Website sowie zielgerichtetes E-Mail-Marketing, Social-Media-Marketing und Content-Marketing zu den grundlegenden Marketinginstrumenten. Die Herausforderung beim B2B-Marketing besteht jedoch darin, diese Marketinginstrumente auf die spezielle Zielgruppe der Geschäftskunden auszurichten.

### Die Erfolgsfaktoren des B2B

Um ein B2B-Geschäft erfolgreich zu betreiben, ist eine gut durchdachte und geplante Strategie nötig sowie ein erhebliches Know-how und Vorwissen. Gerade das Internet bietet einen leichten Einstieg ins B2B-Marketing und ermöglicht es, geeignete Lieferanten und Partner zu finden und die Kommunikation zwischen den Unternehmen zu vereinfachen.





## Unterschiede zu B2C

Die Art des Business, also ob B2B oder B2C, wirkt sich insbesondere auch auf das Marketing eines Unternehmens aus. Privatpersonen müssen i.d.R. auf eine andere Weise angesprochen werden als Unternehmen. Doch mittlerweile weist das Marketing im Bereich B2B lange nicht mehr so viele Unterschiede zum B2C-Marketing auf wie früher. Denn auch das Marketing zu anderen Unternehmen geht mittlerweile weit über das bloße Bereitstellen von Informationen zu Produkten und Dienstleistungen hinaus. Auch im Bereich des B2B-Marketing bedient man sich zunehmend gezielter Marketingmaßnahmen, Markenaufbau und einer emotionalen Ansprache von Zielgruppen.

## Digitalisierung im B2B

Im Zuge der fortschreitenden Digitalisierung ist die elektronische Kommunikation zwischen Unternehmen in den letzten Jahren immer weiter vorangeschritten. Dabei geht es mittlerweile um weitaus mehr als um die bloße Kommunikation per E-Mail oder Skype. Unternehmen streben eine zunehmend stärkere Vernetzung untereinander an und schließen dabei verschiedenste Geschäftsprozesse mit ein. So werden beispielsweise Bestellungen beim Lieferanten nach einem Bestandsabgleich über eine Schnittstelle automatisch ausgelöst, ohne dass ein Mitarbeiter in diesen Bestellprozess involviert wäre.

**JETZT IHR PERSÖNLICHES ANGEBOT EINHOLEN!**

**TEL: 0 5 4 1 8 0 0 1 8 5 0**

**WEITERE INFORMATIONEN UNTER:**

**WWW.ADU-INKASSO.DE**

