

## مارکتینگ ایران تلنت : مرجع تخصصی بازاریابی و فروش

تفاوت فروش B2B و B2C : تعریف ، تفاوتها ، نکات ، مزایا و معایب فروش B2C ، فروش B2B

**فروش B2C** (B2C sales) به فروش کسب و کار به مصرف کننده اشاره دارد ، مدلی است که در آن شرکت ها ، مشتریان فردی یا همان مصرف کنندگان را هدف قرار می دهند. ویزیتورهای فروش بهترین نمونه های فروش B2C هستند که در آن آنها به فروش اتومبیل ، سیستم های استریو ، عضویت در سالن های ورزشی ، عضویت در مجله ها می پردازند.

برخی از این محصولات محصولات با قیمت بالا مانند اتومبیل ، املاک و مستغلات ، و تجهیزات پزشکی هستند ، اما اکثر آنها محصولات با قیمت پایین تر هستند که یک یا دو نفر را به عنوان تصمیم گیرنده درگیر می کند. چرخه فروش معمول در این نوع فروش مختصر از یک تجارت متوسط به چرخه فروش کسب و کار است.

فروش B2C ممکن است به هر فرآیندی که در آن فروش مستقیماً به کاربران نهایی انجام می شود ، اطلاق شود. در مورد فروش خرده فروشی ، این نوع مدل را می توانیم مشاهده کنیم که در آن موسسات شرکتی که فروشگاه لوازم مصرفی دارند ، مستقیماً با مشتریان تماس می گیرند. به عنوان مثال می توان به Apple Store ، gap store و غیره اشاره کرد.

**فروش B2C** مشتریان زیادی را درگیر می کند ، اما نرخ تبدیل می تواند متفاوت باشد. اما در مورد فروش B2B ، لیست اصلی کم است و شرکت باید روی نرخ تبدیل بالاتر کار کند.

### تفاوت بین فروش B2C و فروش B2B

هر دو نوع فروش لزوماً فروش مصرفی هستند . در حالی که خریدهای مشتری می تواند بلافاصله انجام شود ، خریدهای تجاری ممکن است به دلیل اینکه چندین نفر درگیر در تصمیم گیری باشند ، زمان بر باشد.

موارد زیر تفاوت قابل توجه بین فروش B2B و B2C را نشان می دهند

۱. سرعت

**فروش B2C** نسبتاً سریعتر از فروش B2B است. روند فروش B2B بسیار طولانی تر است و رسیدن به روند تصمیم گیری ممکن است چندین ماه یا چندین سال طول بکشد. این کار از همان زمان پرورش مشتری بالقوه تا زمان واجد شرایط بودن وی شروع می شود و تا فروش محصول متوقف نمی شود بلکه با خدمات پس از فروش ادامه می یابد. در مورد فروش B2C ، ممکن است که این اتفاق نیافتد.

تصمیم گیری در مقایسه با نمونه مشابه B2B سریعتر است و فروش سریعتر و در مدت زمان کوتاه بیشتر تکرار می شود. **کیف فروش B2C** در مقایسه با **کیف فروش B2B** کوتاهتر است.

### ۲. تصمیم گیرندگان

معمولاً تصمیمات خرید فروش B2C توسط یک یا دو نفر گرفته می شود. برعکس ، برای تجهیزات گران قیمت مانند تجهیزات پزشکی ، املاک و مستغلات و غیره ، افراد زیادی درگیر هستند. در مورد **فروش شرکتی یا B2B** ، بسیاری از افراد از بخش های مختلف مانند بخش بازاریابی ، بخش مالی و حتی هیئت مدیره در تأییدیه های نهایی در مورد خریدها نقش دارند.

مشارکت بسیاری از تصمیم گیرندگان با طولانی تر شدن روند خرید و افزایش چرخه فروشافزایش می یابد . این مانع هرگز در مورد فروش B2C وجود نخواهد داشت زیرا تصمیم گیرنده یک نفر است.

### ۳. مشتریان بالقوه

خالص فروش B2C بسیار بزرگتر است و منجر به جذب بسیاری از مشتریان واجد شرایط می شود. تعداد تبدیل مشتری بالقوه به مشتری بالفعل در فروش B2C در مقایسه با فروش B2B بسیار قابل توجه است. درصد تبدیل در مورد فروش B2C مهم نیست ، اما در مورد فروش B2B از اهمیت بالایی برخوردار است.

### ۴. قیمت

امتیاز قیمت برای فروش B2C در مقایسه با **فروش و محصولات B2B** بسیار پایین تر است. معمولاً قراردادهای طولانی مدت در فروش B2B دخیل هستند و یک سفارش واحد می تواند در مورد B2B از ارزش بالایی برخوردار باشد. این امر در مورد فروش B2C که با تعداد زیادی سفارش کار می کنند گرچه هزینه کمتری دارند ، صادق نیست.

### ۵. فرآیند / چرخه خرید

معاملات شرکت با مصرف کننده کاملاً ساده است. محصولات معمولاً در مقیاس انبوه و از نظر شکل یکنواخت تولید می شوند. نیاز مشتری می تواند بلافاصله در صورت فروش B2C برآورده شود.

در طرف مقابل ، در حالت B2B محصولات بسیار سفارشی هستند و روند خرید به شدت طولانی و پیچیده است و به شرایط فروش B2B بستگی دارد.

### نکات فروش B2C

#### ۱. مشتری خود را بشناسید

هنگام مراجعه به فروش B2C باید دانش عالی از مشتریان هدف خود داشته باشید. شما می توانید تلاش و هزینه زیادی را هدر دهید و در تلاش برای نزدیک شدن به تمام بازار نیازی به سپری شدن زمان زیاد ندارید. تحقیقات قبلی بسیار مهم است.

مشخصات مشتریان و لیست کوتاه خریداران احتمالی ، کار فیزیکی زیادی را برای فروش B2C کاهش می دهد.

دانستن تاریخچه مشتری ، ترجیحات مشتری و شخصیت خریدار که نمایشی نیمه داستانی از مشتری ایده آل شماست ، باید قبل از شروع فروش B2C باشد.

۲. تجربه

**میزان تخصص مورد نیاز در فروش B2C** در مقایسه با فروش B2B بسیار کمتر است. همیشه یادگیری چند مهارت قبل از در اختیار گرفتن **شغل فروش B2C** قابل توجه است ، اما در فروش B2C اجباری نیست. در فروش صنعتی توصیه می شود خود را در جریان روند صنعت قرار دهید و مشتری یا مشتریان مورد نظر خود را بشناسید.

۳. ایجاد روابط و مناسبات

اگر قرار است برای انجام معامله بصورت حضوری از مشتریان بازدید داشته باشید ، پس باید یاد بگیرید که هنگام انجام مراحل فروش ، آنها را آسوده خاطر کرده و اعتمادشان را جلب کنید. شما باید سوالات درستی را بپرسید تا نگرانی ها و نیازهای آنها را درک کنید و محصول خود را بر این اساس بفروشید.

در مورد فروش B2C بسیار شخصی است. شما باید مشتری را متقاعد کنید که پولش را خرج کند ، و او باید نیازهای فردی را درک کند. شما باید زمینه فروش را بسیار شخصی کنید و باید یک پیام سفارشی برای مشتری داشته باشد. به عنوان فروشنده باید آنها را متقاعد کنید که به بهترین شکل نیازشان برآورده می شود. دفعه بعدی ارائه بینش های متفکرانه ، هدایت مکالمه بدون تسلط بر آنها و در تماس بودن ، برخی از نکات اساسی است که می توانید از آنها برای ایجاد راحتی در مشتری استفاده کنید. شما باید تمایل واقعی داشته باشید تا با ارائه یک محصول یا خدمات مشکل وی را حل کنید.

۴. از تجارت الکترونیکی استفاده کنید

اگر انتظار زیادی از کسب و کار دارید ، نزدیک شدن به بخش آنلاین نیز گام مهمی است. بیشتر مشتریان برای هر نوع فروش از وب سایت های تجارت الکترونیکی آنلاین بازدید می کنند. نسبت تبدیل در وب سایت تجارت الکترونیکی در مقایسه با تعداد بازدیدکنندگانی که این سایت دارد بسیار بیشتر است. این ارقام همچنین کارآیی تجارت آنلاین و تأثیر پیام رسانی آنلاین شما را تعیین می کند.

داشتن یک محصول یا خدمات عالی چیز دیگری است و دسترسی به آن را جذاب و جذاب تر می کند تا مشتری خود خرید کند.

برای **بهبود فروش B2C** خود به صورت آنلاین ، باید در مورد محصولات خود در یک ویدیو توضیح دهید ، به بازدیدکنندگان خود مجموعه ای واضح از تصاویر محصول را ارائه دهید و از ویژگی چت وب برخوردار باشید که به شما اجازه می دهد تا بلافاصله سوالات مربوط به محصول را پاسخ دهید.

همچنین باید اطمینان حاصل کنید که بلافاصله به این سوالات پاسخ می دهید ، که این امر احتمال تبدیل مشتری را افزایش می دهد. اگر بتوانید این اقدامات را انجام دهید ، پس یک تجربه کاربری روان و در دسترس برای مشتری فراهم خواهید کرد که تجربه آنلاین تبدیل مشتری شما را بهبود می بخشد.

۵. پیگیری کنید

وقتی با مشتری جدیدی روبرو شدید ، یک ایمیل معرفی در مورد تجارت خود برای او بفرستید. به آنها اطمینان دهید که همیشه برای حل مشکلات یا رفع نگرانی آنها حاضر خواهید بود. به مشتریان فعلی خود توجه ویژه ای داشته باشید تا احساس ارزشمند بودن کنند. به آنها بگویید که حتی پس از خرید نیز هنوز به آنها فکر می کنید. به طور مداوم و بدون آزار و اذیت با آنها ارتباط برقرار کنید و از کمپین های ایمیلی برای مراقبت از آنها استفاده کنید.

هدف مورد توجه باید این باشد که خرید مشتری یکبار تکرار شود ، که بازگشت سرمایه عالی ایجاد می کند. حتی تبدیل مشتریان موجود به سفیران برند بسیار بهتر است زیرا آنها شروع به گفتن به دوستان و خانواده خود در مورد میزان خوب بودن محصول یا خدمات شما می کنند که کاملاً تبلیغاتی و رایگان است.

مهارت های مورد نیاز برای فروش B2C

مهارت های فروش B2C کدامند ؟

۱. چابکی

فروش B2C سریع و غیر قابل پیش بینی است. فروشنده باید تمام وقت مراقب باشد تا جلوتر از رقبا باشد. شما باید یک ذهنیت آماده داشته باشید و باید چالش و تغییر را بپذیرید.

این امر همچنین باعث می شود که شما در شرایط روحی بهتری قرار بگیریم و در صورت عدم استرس در شرایط فعلی مطابق انتظار استرس قابل قبول داشته باشید .

۲. ایجاد روابط و مناسبات

همانطور که قبلاً گفته شد ، فروش B2C در مقایسه با فروش B2B ساده تر است زیرا افراد کمتری در تصمیم گیری نقش دارند. شما برای توافق در فروش مصرفی باید فقط با یک نفر توافق کنید تا اینکه با کمیته پر از تصمیم گیرندگان در فروش صنعتی صحبت کنید.

## مارکتینگ ایران تلنت : مرجع تخصصی بازاریابی و فروش

این بدان معناست که شما باید فقط با یک نفر ارتباط برقرار کنید و برای ایجاد روابط روی او کار کنید. از اهمیت فوق العاده ای برخوردار است که به آنها پیشنهاد دهید ، مزایایی را به آنها نشان دهید و فروش را سریعاً ببندید زیرا اکثر مردم از نظر زمانی فرصت اندکی دارند و حواسشان را به راحتی پرت می شود.

### ۳. ارتباطات

هنگام ورود به صنعت فروش مصرفی باید مهارت های ارتباطی داشته باشید. هرچه ارتباط بهتر باشد ، احتمال تبدیل مشتری شما بیشتر است زیرا این بدان معناست که شما قادر خواهید بود پیام را سریع تحویل داده و فروش را ببندید.

تعامل به معنای صحبت نیست بلکه به معنای درک مشتری و بررسی اینکه آیا مشتری را به درستی ارزیابی کرده اید تا راه حل مناسبی ارائه می دهید.

استفاده از زبان رسمی بدون اصطلاحات عامیانه و معمول که بسیار دوستانه است اما در عین حال لحن رسمی نیز دارد ، برای بستن معامله فروش B2C ضروری است.

### ۴. بازاریابی

روند خرید در فروش B2C اغلب بر اساس مشتری و نیازهای او انجام می شود. خریدار باید ارتباط عاطفی با برند را احساس کند و این تنها در صورتی امکان پذیر خواهد بود که محصول را به درستی به بازار عرضه کرده باشید. شما باید روندهای اجتماعی را درک کنید و باید بتوانید از این دانش برای قرار دادن درست محصول خود در ذهن مشتری استفاده کنید.

شما همچنین باید بتوانید اطلاعات ضروری بازاریابی و رقبا را به عنوان یک فروشنده خط مقدم جمع آوری کنید و از این اطلاعات در بازاریابی محصول خود برای ارائه پیام های شایسته و جذاب استفاده کنید.

مهم این است که وقت بگذارید و تأمل کنید و روی فروشهایی که محقق نشده اند کار کنید.