



# بازاریابی B2B

بررسی ویژگی‌ها و استراتژی‌های لازم



[www.5darsadiha.com](http://www.5darsadiha.com)



5darsadiha



panjdarsadiha



نوعی از بازاریابی را که در آن یک شرکت، کالاها و خدمات مورد نیاز شرکت‌های دیگر را فراهم می‌کند، بازاریابی صنعتی یا b2b می‌گویند. شرکت‌های بزرگ و کوچک زیادی، روزانه هزینه هنگفتی برای خرید محصولاتی که برای تداوم کسب و کارشان مصرف می‌شود، صرف می‌کنند. شرکت‌هایی مثل جنرال الکتریک و آی بی ام.

در این نوع تجارت، هم فروشنده و هم مشتری، خودشان صاحب کسب و کار هستند. تصور کنید که شما صاحب یک کارگاه تولیدی لباس هستید؛ شما باید برای تولید لباس، اول وسایل مورد نیاز تولید لباس را تهیه کنید؛ یعنی پارچه و چرخ خیاطی! برای خرید هر دوی این کالاها باید به مراکز تولید و پخش آن‌ها مراجعه کنید و به طور عمده و در تعداد بالا چرخ خیاطی و پارچه تهیه کنید تا بتوانید کارتان را استارت بزنید. فکر کنم با این مثال متوجه مفهوم بازاریابی b2b شده باشید، که در آن هم شما و هم کسی که از آن خرید می‌کنید، صاحب کسب و کار بزرگی هستید. در این نوع از بازاریابی، شما به عنوان یک کسب و کار، موارد مورد احتیاج صاحبان کسب و کارهای دیگر را تولید می‌کنید؛ یعنی شما نیازهای مشتری‌های معمولی را نه، بلکه نیازهای صاحبان کسب و کارهای دیگر را برآورده می‌سازید.

پس از این، اگر در جایی با واژه‌ی بازار صنعتی برخورد کردید، بدانید که مفهوم آن تعامل میان یک یا چند کسب و کار است و هر جا واژه‌ی بازار مصرفی را شنیدید، منظور از آن تعامل میان کسب و کارها با مشتریان معمولی است.

## ویژگی‌های بازاریابی b2b

### ۱\_ تعداد مشتریان محدود است

در بازار صنعتی، تعداد مشتریان شما بسیار کمتر از بازار مصرفی است، زیرا آن‌ها به صورت خورده و مستقیم محصولات را به دست مشتری‌ها نمی‌رسانند، بلکه آن‌ها را به مراکز پخش می‌فروشند که تعدادشان شاید در هر شهر یک الی دو عدد باشد، به همین دلیل مشتری‌هایشان محدود می‌شود. بزرگترین شرکت‌های صنعتی هم معمولاً کمتر از 100 مشتری دارند.

بازارهای صنعتی معمولاً از قانون ۸۰/۲۰ پارتو استفاده می‌کنند؛ یعنی حدود ۸۰ درصد از درآمد کسب و کارها، از طرف ۲۰٪ مشتری‌ها به وجود می‌آید و در این صنعت کسی انتظار هزاران مشتری را ندارد.

در مورد خریداران صنعتی، تفاوتی وجود دارد، آن هم در مورد بحث میزان مصرف آن‌ها از کالاهای صنعتی است؛ یعنی یک خریدار صنعتی مصرف بالا و در نتیجه خرید بالایی هم دارد و خریدار دیگر مصرف پایین و در نتیجه خرید پایینی هم دارد.



با توجه به این مبحث، شما به عنوان صاحب یک کسب و کار b2b باید بتوانید به خوبی از محصولات و خدمات شرکت خودتان پشتیبانی کنید تا توقعات همان تعداد اندک مشتریانانتان را هم به خوبی برآورده سازید.

## ۲\_ تصمیم‌گیری در بازارهای b2b منطقی‌تر است

با توجه به اهمیت و عظمت بازاریابی b2b می‌توان گفت که تصمیم‌گیری در مورد هر عملکرد، سخت و پیچیده است. هر فرد در هر بخشی برای تصمیم‌گیری باید سعی کند که تماماً علمی و منطقی کار را انجام دهد و احساسات را وارد تصمیمش نکند. تنها چیزی که ما به عنوان یک بازاریاب b2b نیاز داریم، این است که محصولات خوب و با کیفیت تولید کنیم و آن‌ها را سر وقت و با قیمتی مناسب به دست خریدار برسانیم. این که خریداران صنعتی، اکثراً انسان‌های منطقی هستند هم در حقیقت کارها را برای ما آسان‌تر می‌کند.

## ۳\_ تنوع مشتریان در بازاریابی b2b کم است

در یک بازار مصرفی می‌توان تعداد بسیار بالایی تنوع را در محصولات مشاهده کرد؛ به عنوان مثال: ما انواع مدل بیسکویت را داریم و بر اساس سلیقه مشتری، آن‌ها را می‌فروشیم، اما یک بازار صنعتی شاید در بهترین حالت سه یا چهار بخش مشتری داشته باشد. یکی از دلایل این اختلاف، تعداد مشتریان محدود است که قبلاً در مورد آن صحبت کردیم.

## ۴\_ روابط در بازاریابی b2b اهمیت زیادی دارد

به علت محدود بودن تعداد مشتریان در این صنعت، صاحبان بازار صنعتی سعی می‌کنند به جای پیدا کردن مشتری جدید، همان مشتری‌های قدیمی خود را حفظ کنند و آن‌ها را راضی نگه دارند؛ مثلاً شما به عنوان یک فروشنده در یک فروشگاه زنجیره‌ای ممکن است روزانه با تعداد زیادی مشتری سر و کله بزنید و حالا در این بین لازم نیست که با همه خوش و مهربان باشید، اما در بازار صنعتی، مشتری‌های شما ممکن است کمتر از ۲۰ نفر باشند و شما باید با حسن رفتار و برطرف کردن توقعات آن‌ها، حضورشان را در شرکتتان حفظ کنید.



۵\_ بازارهای صنعتی نوآوری کمتری نسبت به بازارهای مصرفی دارند  
مثلاً به عنوان یک تولید کننده مواد غذایی، ممکن است سالی چند بار در آن‌ها تغییراتی مثل: طعم و بسته‌بندی و غیره ایجاد کنید، اما به عنوان تولیدکننده گوشی، شما نمی‌توانید نوآوری خیلی زیادی در بازه‌ی زمانی کوتاه، در محصولات ایجاد کنید و برای این کار باید زمان معلوم را سپری کنید.

### ۶\_ خریداران صنعتی همواره تقاضای خرید دارند

به علت صنعتی بودن و در اکثر مواقع بزرگ و گران بودن محصولات صنعتی، خرید آن‌ها هر روزه و هر ماه اتفاق نمی‌افتد؛ اما هرچند سال یکبار ممکن است این خرید اتفاق بیفتد که اهمیت خدمات شما، بعد از فروش مشخص می‌شود، که باید محصولات را پشتیبانی کرده و خدمات پس از فروش را برای خریدار تامین کنید. از آنجایی که مشتریان محصولات صنعتی کم هستند، راضی نگه داشتن آن‌ها از اهمیت زیادی برخوردار است. این نکته را به یاد داشته باشید که حفظ مشتری صنعتی ارزش زیادی به همراه دارد و از دست دادن آن نتایج بسیار جدی به بار می‌آورد.





## استراتژی بازار صنعتی برای فروش

### داشتن یک وبسایت به روز و دارای عملکرد قابل قبول

امروزه وب سایت شرکت شما، معرف توانایی‌ها و ارزشمندترین دارایی شماست. برخلاف تصور صاحبان کسب و کارهای قدیمی، این وبسایت بدون هیچ اتلاف وقتی، اطلاعات و خدمات شما را به مشتری‌هایتان معرفی می‌کند و آن‌ها را در مسیر بهتر برای خرید و ارتباط با شما قرار می‌دهد. وب سایت به شما این امکان را می‌دهد که به صورت آنلاین، به مشتری‌هایی که در مسافت‌های دورتر از شما سکونت دارند، خدمات ارائه بدهید.

### تحقیقات

زمینه‌ی موفقیت هر بازاریابی مدرنی، تحقیق است. شما با مطالعات دقیق و علمی و پرس و جو از کسانی که در زمینه موردنظران تجربه داشته‌اند، می‌توانید تصمیماتی آگاهانه‌تر بگیرید. اطلاعاتی که از تحقیقات‌تان به دست می‌آورد، به شما کمک می‌کند تا در برخورد با مشتری‌هایتان عملکرد بهتری داشته باشید و به نحو قابل قبول‌تری به آن‌ها خدمات ارائه بدهید. تحقیقات نشان می‌دهد شرکت‌هایی که تحقیقاتی سیستماتیک روی مشتری‌هایشان انجام داده‌اند، ۱۰ برابر سریعتر پیشرفت کرده‌اند و نسبت به رقیبان خود که تحقیقات تخصصی انجام نداده‌اند، دو برابر بیشتر سود کرده‌اند.

### رسانه‌های اجتماعی

تحقیقات نشان داده که بیش از ۶۰ درصد مشتریان، به دنبال خدمات دهندگان در رسانه‌های اجتماعی هستند و آن‌ها را به عنوان یک معرفی نامه رسمی از طرف آن شرکت و خدماتش قبول می‌کنند. امروزه بیشتر تعاملات مشتری‌ها از ارجاعات تخصصی محور بر اساس تعاملات در رسانه‌های اجتماعی به وجود می‌آید؛ در حقیقت رسانه‌های اجتماعی یک راه آسان و قابل دسترس برای معرفی خود و خدمات و تخصص‌تان است که با تولید محتوای مناسب، امکان رسیدن به شهرت و معرفی بیشتر شما در سطح جامعه به وجود می‌آید.

### تبلیغات

استفاده از قالب‌های مناسب برای تبلیغات، اهمیت زیادی دارد. لینکدین و ریتارگتینگ و بقیه تبلیغات صنعت محور، عملکرد بهتری برای این نوع بازاریابی دارند، چون این امکان را می‌دهند که به طور مستقیم مخاطبین مناسبی در صنعت را هدف قرار دهید.



## ارزیابی عملکرد

هر چقدر که ما تحقیق داشته باشیم و استراتژی پیدا کنیم، اگر نتوانیم آن‌ها را عملی کنیم به چه دردی می‌خورد؟ ارزیابی عملکردتان با بهینه سازی آن این امکان را به شما می‌دهد تا روی ضعف‌ها و نقطه قوت‌های خودتان احاطه بیشتری پیدا کنید. از نظر سنجی‌های آنلاین و حضوری می‌توانید برای ارزیابی خدمات‌تان استفاده کنید.

به طور کلی این مقاله، به درد درصد کمی از افراد می‌خورد، اما اگر شما این توانایی را در خودتان می‌بینید که جزو صاحبان بازار صنعتی باشید؛ پس کاملاً حساب شده و با انجام تحقیقات لازم پا به این عرصه بگذارید.