

## MARKETING B2B

## MARKETING B2C

### META

Los clientes se centran en el retorno de la inversión, la eficiencia y la experiencia.

Los clientes buscan ofertas y entretenimiento (lo que significa que el marketing debe ser más divertido).

### MOTIVACIÓN DE COMPRA

Los clientes son impulsados por la lógica y los incentivos financieros.

Los clientes son impulsados por la emoción.

### CONDUCTORES

Los clientes quieren educarse (que es donde entra el marketing de contenido B2B).

Los clientes aprecian la educación, pero no siempre la necesitan para tomar una decisión de compra.

### PROCESO DE COMPRA

A los clientes les gusta trabajar con gerentes de cuentas y vendedores.

A los clientes les gusta hacer compras directamente.

### PERSONAS INVOLUCRADAS EN LA COMPRA

Los clientes a menudo tienen que consultar con los tomadores de decisiones y otros miembros de su cadena de mando antes de tomar una decisión de compra.

Los clientes rara vez necesitan consultar con otros antes de tomar una decisión de compra.

### PROPÓSITO DE COMPRA

Los clientes realizan compras para soluciones a largo plazo, lo que resulta en un ciclo de ventas más largo, contratos más extensos y relaciones más prolongadas con las empresas.

Los clientes no necesariamente buscan soluciones o relaciones a largo plazo.