

ECOMMERCE B2B E E-COMMERCE B2C: DIFFERENZE E STRATEGIE DA UTILIZZARE



Nelle realtà aziendali esistono essenzialmente due modelli di business: quello che viene definito B2B (Business to Business) cioè tra aziende e aziende, e B2C (business to consumer) cioè tra aziende e consumatori finali.

Due approcci diversi che sono comunque legati in quanto un modello B2B viene fatto in funzione di un modello B2C: ciò che viene acquistato dai fornitori e partner serve per la produzione e vendita al consumatore finale.

Nonostante questa stretta relazione ci sono sostanziali differenze tra i due modelli di business e così per i negozi online utilizzati. In questo articolo vi mostreremo le principali **differenze tra gli ecommerce B2C e B2B**.

GLI E-COMMERCE B2B:

In un approccio **B2B** si ha a che fare con i fornitori e partner e si è portati a considerare ogni singolo aspetto della trattativa, con l'obiettivo di ottenere un buon prodotto al miglior prezzo, per avere un margine nel ricavo finale. Un buon **e-commerce per B2B** permette di risparmiare tempo e denaro, velocizzando le procedure.

I **software di e-commerce** permettono di gestire ordini, evasioni e magazzino in maniera semplice ed intuitiva e possono essere integrati ai software gestionali dell'azienda dando una forte spinta all'automazione delle vendite. E' possibile inoltre risparmiare materiale cartaceo in quanto le fatture possono essere create in pdf e inviate via mail.

Gestire le **compravendite tramite ecommerce B2B** può rivelarsi un ottimo aiuto nell'attività quotidiana con notevoli vantaggi per quello che riguarda l'ottimizzazione e l'automazione dei processi. Sempre più aziende decidono di affidarsi ad un software del genere per gestire tutta la rete di relazioni B2B in maniera semplice.

GLI E-COMMERCE B2C:

Per quanto riguarda il **settore B2C**, si è più abituati a sentire parlare di commercio elettronico e i clienti stessi apprezzano la possibilità di comprare in tutta comodità da casa senza bisogno di spostarsi.

Un'altra **differenza tra un ecommerce B2B e B2C** riguarda gli utenti a cui si rivolge. Un **e-commerce B2C** che si rivolge ad un utente finale ha però il compito di convincere all'acquisto stimolando desiderio e curiosità. Deve quindi avere un struttura accattivante e essere continuamente aggiornato. Ogni prodotto dovrebbe avere una scheda dettagliata con prezzi e descrizioni, si devono mettere in evidenza novità ed offerte e fornire assistenza in tempo reale. L'utente finale va seguito e convinto che il nostro prodotto fa al caso suo e che è migliore di quello della concorrenza.

Mentre un **utente B2B**, vuole sostanzialmente un buon affare ed è orientato a suo volta al profitto, l'utente finale deve percepire un valore aggiunto nel prodotto, in quanto ne deve trarre un beneficio nell'utilizzo e non deve trarne profitto. Anche in questo caso i software e-commerce possono essere **integrati con gestionali e CRM** per conservare tutti i dati dei contatti, capire gli interessi degli acquirenti e migliorare le successive fasi di vendita.

LE PRINCIPALI DIFFERENZE TRA UN E-COMMERCE B2B E UN ECOMMERCE B2C:

ORDINI

Un e-commerce B2B dovrebbe avere una sezione dedicata allo **storico** dei vecchi ordini e possibilità di **riordino** e di generare automaticamente gli

ordini.

PREZZI

In un e-commerce B2B, oltre al listino prezzi standard vi è la possibilità di inserirne un **personalizzato con scontistiche** in base alla quantità di prodotto ordinato o alla tipologia di cliente.

PAGAMENTI E SPEDIZIONI

In un e-commerce B2B le condizioni di pagamento sono solitamente **personalizzate**. Le spedizioni sono calcolate in base ai tempi di approvvigionamento.

QUALI SONO LE STRATEGIE DA ADOTTARE PER UN ECOMMERCE B2B E B2C?

Per effettuare **una strategia di e-commerce B2B o B2C** di successo, è necessario prendere in considerazione diverse strategie:

Il content marketing

Il content marketing è sempre un ottimo modo per portare la tua azienda al successo. Per quanto riguarda l'e-commerce B2C, serve a generare lead e per la promozione del brand mentre in un e-commerce **B2B** serve a **fornire tutte le informazioni** che l'utente sta cercando.

Per intenderci, nell'e-commerce **B2C** il motivo principale è la **produzione di valore** quindi aumentare la brand awareness, informare e favorire il

passaparola, migliorare il posizionamento sui motori di ricerca (farsi trovare più facilmente su Google).

Social Media Marketing

Oggi circa **2,56 miliardi di utenti** utilizzano i social media.

Soprattutto per quanto riguarda il settore B2C, circa **9 consumatori su 10 navigano** sui social per prendere decisioni di acquisto. E non solo. Il **75% delle persone** acquista un prodotto dopo averlo visto sui social.

Tuttavia, anche nell'ambito B2B è importante sfruttare i canali giusti per vendere i prodotti. Ecco perché nel tuo e-commerce è fondamentale integrare una strategia di [social media marketing](#). Condividendo i tuoi prodotti o servizi potrai informare e coinvolgere gli utenti attraverso una connessione immediata.

Attività di e-mail marketing

L'**e-mail marketing nel B2C** si riferisce alle comunicazioni del tuo marchio diretto ai consumatori. Si differenzia dall'**e-mail marketing B2B** che, invece, si concentra sulle comunicazioni da un'azienda all'altra.

Ma perché è importante l'e-mail marketing?

È in grado di **riattivare i clienti inattivi**. Anche i marchi più famosi hanno clienti che rimangono inattivi. Forse se ne sono andati per sempre, o forse si sono semplicemente dimenticati di te e attraverso l'email marketing potrai recuperarli.

È un **supporto per le vendite online**: l'email non è solo per convincere la gente a comprare o ricordare che il tuo marchio esiste ancora. È uno degli strumenti più preziosi per restare in contatto con i clienti.

SEO E SEA

Per quanto riguarda invece la **SEO (Search Engine Optimization) per e-commerce**, è estremamente fondamentale.

Ottimizzare un e-commerce significa **farsi trovare dai clienti su Google: gli utenti trovano un sito nei risultati dei motori di ricerca** scegliendo di atterrare sulla pagina di destinazione attraverso un canale prescritto; in ultima analisi procedono con l'acquisto attraverso il carrello e la procedura di checkout.

Ecco alcune **attività SEO** che andrebbero attuate per il tuo e-commerce B2C o B2B:

- **Aggiungere meta descrizione e tag** per arricchire di informazioni il cliente e per consentire a Google di riconoscere rapidamente il tuo sito.
- Utilizzare titoli accattivanti per determinate parole chiave per un **ecommerce B2C** oppure **titoli più tecnici e completi per un ecommerce B2B**; con headline persuasive potrai attirare l'attenzione del cliente e aumentare i click sul tuo e-commerce.

Per attirare raggiungere il tuo cliente è possibile anche utilizzare le promozioni presenti su motori di ricerca: **SEA** (Search Engine Advertising)

Quali sono le funzioni della **pubblicità di ricerca a pagamento**?

Le aziende pagano il servizio (ad esempio [GoogleAds](#)) solo quando un utente fa clic sui tuoi annunci visualizzati nella parte superiore della pagina dei risultati del motore di ricerca.

Ecommerce Mobile-Friendly

Se i tuoi annunci mobile (e non si parla solo di app) raggiungono le persone giuste, sarà più facile di conseguenza ottenere i clic giusti. In Italia **l'85%**

delle persone acquista tramite dispositivo mobile. Un **e-commerce responsive** ha la capacità di adattarsi allo schermo del dispositivo e assicura una migliore user experience.

Ad esempio, il tuo e-commerce su un dispositivo mobile dovrebbe essere facile da utilizzare, avere pulsanti grandi per essere visibili dagli utenti con immagini di qualità e ben visibili.

Nonostante le fondamentali **differenze tra e-commerce B2B e B2C**, è importante capire che **qualsiasi negozio online** necessita di una vetrina dove mostrare i prodotti, dei canali social su cui pubblicizzarli e una [strategia di marketing](#) efficace e ben strutturata sulla base degli obiettivi di vendita.

Vorresti una mano per migliorare le performance del tuo ecommerce B2B o B2C oppure desideri aprirne uno? Lasciaci i tuoi dati, saremo felici di aiutarti!

Nome *

E-Mail *

Messaggio *

Dichiaro di aver letto, compreso e accettato l'informativa [privacy](#). *

Inviare

Questo modulo di contatto è disattivato perché l'utente ha rifiutato di accettare il servizio Google reCaptcha, necessario per convalidare i messaggi inviati dal modulo.