



B2B poslovni koncept

SoftConsulting  s.p.

Autor: Lejla Softić, dipl.oec.
Neovisni poslovni savjetnik





Definicija B2B poslovnog koncepta

- Skraćenica pojma Business-to-business.
- Označava vrstu elektronskog poslovanja koje je usmjereno na razmjenu roba, servisa i usluga između organizacija.
- Predstavlja automatizovanu razmjenu informacija između različitih organizacija: u okviru jedne kompanije, korporacije ili različitih kompanija i korporacija.
- Formalni kooperativni odnos dvije ili više organizacija koje dijele resurse: informacije, dobra, usluge ili investicije.
- Zahtjeva integraciju informacionih sistema organizacija koje međusobno posluju.



B2B nasuprot B2C koncept

- B2C (Business-to-Consumer) koncept:
 - podrazumijeva da organizacije prodaju proizvode i usluge za krajnju potrošnju.
- B2B (Business-to-Business) koncept:
 - podrazumijeva da organizacije prodaju vlastite proizvode i usluge drugim organizacijama za njihove potrebe tj. na način da druge organizacije kreiraju vlastite proizvode i usluge za dalju prodaju.



B2B marketing

- Uobičajeno je servisiranje samo određenog broja kupaca koji zahtjevaju pouzdane poslovne relacije i visok nivo kvaliteta proizvoda i/ili usluga.
- Marketing aktivnostima se nastoji njegovati lična prodaja (one-on-one) i servisiranje zahtjeva “poznatog” kupca.
- Upotrebljavaju se specijalizirani mediji: poslovni časopisi, prodajne brošure, web stranice, sajmovi odnosno za promociju se koriste specijalizirani mediji više nego tradicionalni, masovni, mediji.

B2B marketing nasuprot B2C marketing

<u>Karakteristike</u>	<u>B2B koncept</u>	<u>B2C koncept</u>
Obim prodaje	Veći	Manji
Obim nabavke	Veći	Manji
Broj kupaca	Manji	Veći
Veličina individualne kupovine	Veća	Manja
Lokacija kupaca	Koncentrisana	Difuzna
Poslovne relacije	Bliske	Nepersonalne
Priroda distribucijskih kanala	Više direktna	Manje direktna
Uticaji pri kupovini	Višestruk	Pojedinačan/Višestruk
Pregovaranje	Kompleksno	Jednostavnije
Međusobno djelovanje	Da	Ne
Upotreba lizinga	Veća	Manja
Ključni metod promocije	Direktna prodaja	Reklamiranje



B2B koncept nasuprot B2C koncept

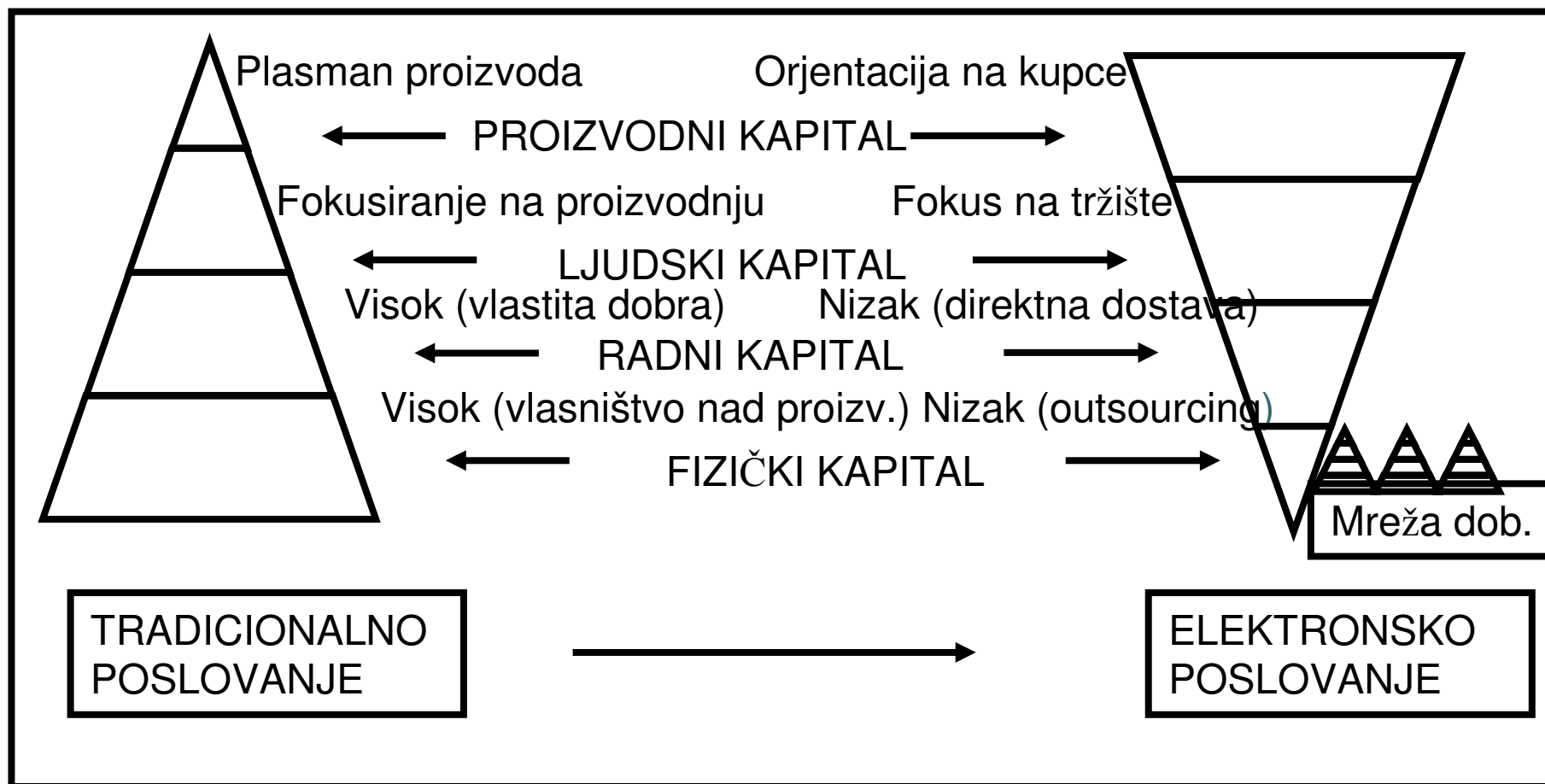
	<u>B2B koncept</u>	<u>B2C koncept</u>
Proizvod i/ili Usluga	Precizan model često promjenljiv, prateće usluge su veoma izražene.	Standardiziran model, usluga je bitna, ali ipak ne toliko koliko je izražena kod B2B.
Cijena	Konkurentna ponuda za jedinstven proizvod/uslugu.	Cjenovnik proizvoda/usluga.
Promocija	Naglasa je na direktnoj prodaji.	Naglasak je na reklamiranju.
Distribucija	Relativno kratki kanali distribucije, direktni distribucijski kanali.	Relativno dugi kanali distribucije, indirektni distribucijski kanali.
Upravljanje odnosima sa klijentima	Relativno trajan i kompleksan odnos.	Relativno rjedak kontakt, odnosi sa klijentima traju vrlo kratko.
Proces odlučivanja	U proces odlučivanje uključene su raznovrsne grupe članova organizacije.	Individualno odlučivanje ili odlučivanje unutar domaćinstva.



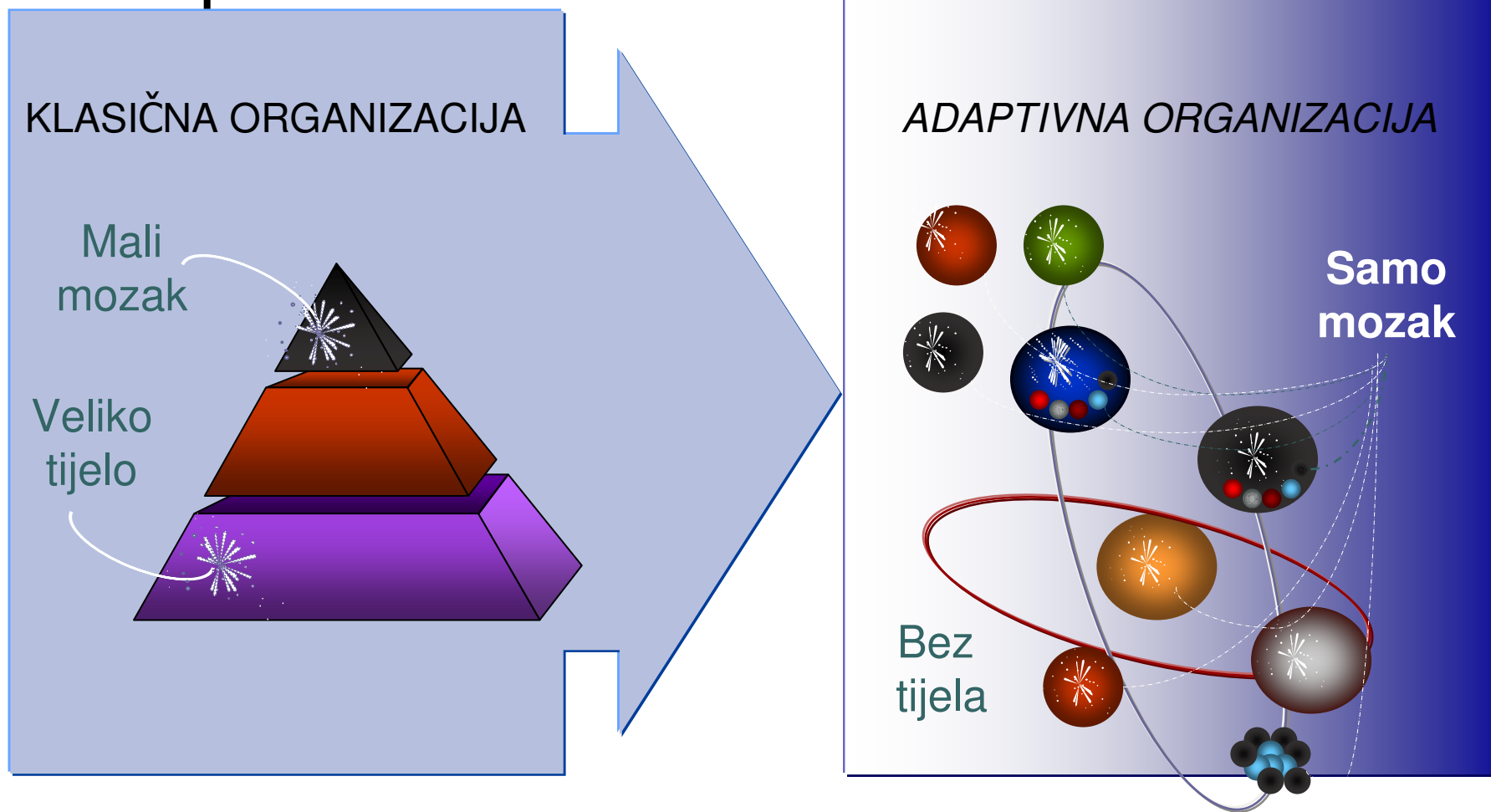
Segmentacija B2B tržišta

- Demografska segmentacija:
 - demografske karakteristike tržišta primarno određuju kriterije segmentacije.
- Segmentacija zasnovana na karakteristikama kupaca:
 - tržište čine homogene grupe u zavisnosti od zahtjeva kupaca za određenim proizvodima/uslugama.
- Segmentacija zasnovana na krajnjoj upotrebi:
 - segmentacija se zasniva u zavisnosti KAKO će određene industrijske grupe koristiti proizvode/usluge.
- Segmentacija prema kategorijama nabavke:
 - usmjerena prema određenoj nabavnoj situaciji
 - korištenjem složenih procedura nabave
 - strukturiranje nabavne funkcije na određen način.

Prijelaz sa tradicionalnog na B2B elektronsko poslovanje



INFORMATIČKA ERA: Transformacija organizacije





Zaključak

- “Najvažnija stvar na svijetu nije gdje smo, već u kojem smjeru idemo.”
 - O. W. Holmes
- “Tajna životnog uspjeha leži u spremnosti čovjeka da prihvati priliku kad se ona pojavi.”
 - Benjamin Disraeli



Hvala na suradnji !

o Kontakt:

- lejla.softic@savjetnik.ba
- 061/897-262

