

E-MAIL-MARKETING

B2C VS. B2B

7 SIGNIFIKANTE UNTERSCHIEDE

1.

„**Du**“ vs. „**Sie**“ - hierbei geben die jeweiligen Branchen und das Alter der Zielgruppe den Ton an. So demonstrieren bspw. Banken, Versicherungen oder der öffentliche Dienst durch das „Sie“ ihre Seriosität, wohingegen in der Sport- oder Medien-Branche bewusst per „Du“ auf Augenhöhe kommuniziert wird. Auch das Alter zählt: Möchte man als Unternehmen Azubis ansprechen, ist wohl ein „Du“ angebrachter als das „Sie“.

2.

B2C-Sprache und Tonalität ist grundsätzlich einfacher gehalten, hier muss sprachlich mit dem Durchschnitts-Verbraucher kommuniziert werden. Das B2B-Marketing beinhaltet mehr Fachbegriffe.

3.

B2B-Kunden erwarten Fachwissen, Effizienz und Expertise. B2C-Leser mögen primär gute Unterhaltung & attraktive Angebote.

4.

B2B-Kunden wollen etwas lernen und möchten von Ihrer **Expertise** profitieren.

5.

Im **B2B-Marketing** eignen sich auch längere Inhalte. Der B2C Empfänger ist eher „lesefaul“.

6.

B2C-Verbraucher, die Ihrer Marke folgen, sind oft nicht an einer Beziehung zu Ihrem Unternehmen interessiert.

7.

Der B2B-Kaufprozess ist (aufgrund von Hierarchien) deutlich länger und informationsintensiver als die B2C-Kaufentscheidung.