

# Nowoczesna sprzedaż do Klientów B2B



## Podczas webinaru porozmawiamy o:

- **Jak kupuje Klient w B2B.**
- **Jak zweryfikować ścieżkę zakupową Klienta.**
- **W jaki sposób dopasować naszą ofertę do potrzeb Klienta.**
- **Jak realizować sprzedaż, by osiągać cele.**

# Prowadzący



Radosław Mechło

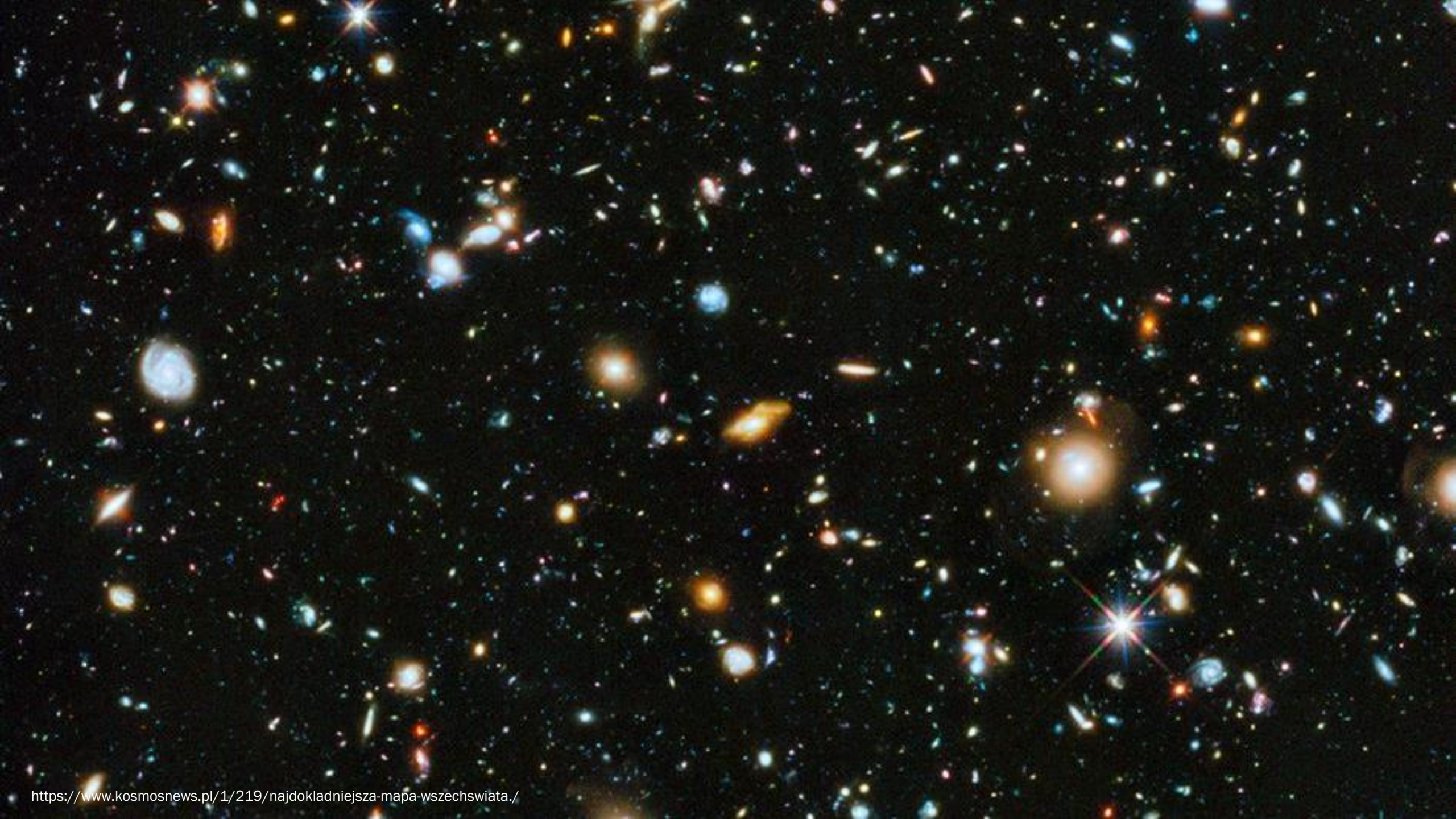






# Jak kupuje Klient B2B?









”

**Kluczem do sukcesu  
jest poznanie Klienta,  
by zrozumieć jak szuka  
informacji.**



# Jak uzyskać dane o zachowaniach Klientów

- Warsztaty z Klientami
- Ankiety
- Wywiady pogłębione
- Badania ogólnodostępne
- TGI (Target Group Index)
- Rozmowa z Klientem





# Co jest jeszcze konieczne w pozyskaniu danych?

Analiza makroekonomiczna

Analiza rynku i trendów, na których działamy

Analiza własnych możliwości biznesowych

- Czym dysponuje Twój biznes
- Jakie masz zasoby ludzkie
- Jak wyglądają wewnętrzne procesy firmy
- Słabe i mocne strony organizacji
- Jak dotychczas pozyskiwani byli Klienci

**Te etapy są konieczne do zbudowania wiarygodnych person zakupowych dla każdej firmy!**





**Nawet 65% budżetu  
marketingowego jest marnowana  
na nietrafione działania!**



# Oparcie o dane jest kluczem do sukcesu

- Nie można opierać się na własnym „widzi mi się” i przeczuciach.
- Nasze założenia mogą być błędne, przez co błędnie realizowane są działania.
- Decydenci szukają Klientów na swój obraz i podobieństwo.
- Przeczucie nie jest dobrym rozwiązaniem, prowadzi do błędnych wniosków.
- Lepiej badać samodzielnie niż nie badać wcale.
- Dobre poznanie Klienta pozwala na odpowiednie planowanie działań, świadome inwestycje i analizę realizacji tych działań.
- Świadome podejście oszczędza firmie sporo pieniędzy.
- Warsztaty i spotkania wewnętrzne nie mogą być jedynym źródłem pozyskania danych.

# Co mówią badania

- Ponad połowa wszystkich kupujących B2B ogląda co najmniej osiem treści podczas procesu zakupu, a 82% kupujących obejrzało co najmniej pięć treści od dostawcy przed zakupem (Forrester)
- 77% kupujących B2B przeprowadza bardziej szczegółową analizę ROI przed podjęciem decyzji o zakupie, 75% wykorzystuje więcej źródeł informacji do badań i oceny, a 52% zwiększa liczbę członków grupy zakupowej. (Demand Gen Report)
- Do 2025 roku 72% sprzedawców spodziewa się, że większość ich przychodów będzie pochodzić z witryn e-commerce. (Digital Commerce360)
- 77% kupujących B2B uważa, że dokonanie zakupu jest bardzo skomplikowane i czasochłonne, 90% ankietowanych klientów nie podąża prostą ścieżką klienta, często zapętlając się i powtarzając co najmniej jedno lub więcej działań. (Gartner)





# Elementy sukcesu firmy

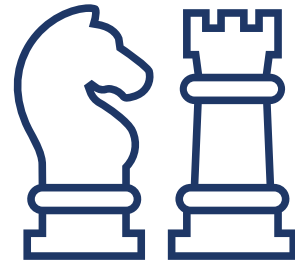
# Elementy sukcesu firmy



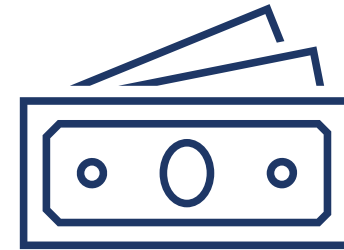
Silna marka



Silna marka



Strategia  
marketingowa



Strategia  
sprzedażowa



Cel



A woman in a white dress stands on a tall stack of books, looking through a telescope. A wooden ladder leans against the stack of books. The background is a clear blue sky with a few birds flying.

# Dopasowanie oferty do potrzeb Klienta

1

## Wiedz do kogo mówisz

2

## Wiedz co komunikujesz



3

## Wiedz gdzie powinieneś mówić

4

Bądź widoczny i daj się znaleźć

5

Personalizuj i daj Klientowi  
wybór



6

## Analizuj działania

7

Wdrażaj i poprawiaj

8

Określ cele i sprawdzaj  
poziom ich realizacji



„Nawet 65% budżetu marketingowego jest marnowana przez marketerów!

„Nawet 65% budżetu marketingowego jest marnowana przez marketerów!

Sprawdź ten proces w praktyce.  
Poproś trzy osoby, żeby wyszukały  
jednego Twojego potencjalnego  
dostawcę.



# Proces budowania strategii

# Etapy budowy skutecznej strategii





# Kim jesteśmy?

Jesteśmy firmą doradczą i zajmujemy się realizacją projektów doradczych. Realizujemy audyty oraz budujemy strategię rozwoju biznesu dla firm B2B. Zajmujemy się zwiększaniem sprzedaży dla naszych Klientów poprzez poukładanie procesów biznesowych, sprzedażowych oraz marketingowych.





Kamila Kierzek-Mechło  
Dyrektor Zarządzający



533 980 420

[kamila.kierzek-mechlo@buzzcenter.pl](mailto:kamila.kierzek-mechlo@buzzcenter.pl)

Radosław Mechło  
Dyrektor Operacyjny



508 003 369

[radoslaw.mechlo@buzzcenter.pl](mailto:radoslaw.mechlo@buzzcenter.pl)



[BUZZcenter](#)



[buzzcenter.marketing](#)

**BUZZcenter**

strategiczne doradztwo marketingowe | +48 515 275 443 | [kontakt@buzzcenter.pl](mailto:kontakt@buzzcenter.pl) | [www.buzzcenter.pl](http://www.buzzcenter.pl)