

IDENTIFIER LA TYPOLOGIE DES CLIENTS C, B ET G

I. Le marketing en B2C

Le *B to C* représente le *Business to Consumer*, autrement dit, le commerce d'une entreprise vers les particuliers. Dans le cas précis d'un business en *B to C*, l'entreprise va s'adresser directement à des personnes et vendre ses produits destinés à un usage strictement personnel et individuel. C'est notamment le cas d'un supermarché ou d'une boutique de vêtements, par exemple. Les consommateurs vont principalement être dans une optique de recherche de prix. Par ailleurs, l'image de marque est tout aussi primordiale. Enfin, le web a quelque peu transformé la relation. En effet, les avis sur Internet sont aujourd'hui monnaie courante et le consommateur n'hésite pas à donner son opinion, positive ou négative et ce, de manière publique sur le site de l'entreprise, sur les plateformes d'achats ou même sur les réseaux sociaux. C'est pourquoi en *B to C*, il faut être basé sur un service client sans faille et sur une image de marque alliant proximité et e-réputation.

II. Le marketing en B2B

Le *B to B* ou *Business To Business* caractérise le commerce d'une entreprise destiné à d'autres entreprises. Qu'il s'agisse de services ou de produits, il s'adresse à des clients plus exigeants qui recherchent une véritable relation de partenariat avec leur fournisseur. Le *B to B* est basé sur une relation à plus long terme qu'en *B to C*, avec des relations pouvant se développer sur plusieurs années et avec des enjeux financiers bien plus importants. C'est pourquoi il doit principalement se concentrer sur la proposition de solutions à des problématiques plutôt que sur celle de purs produits et de services. Les nouveaux usages liés à Internet ont, là aussi, changé les comportements des consommateurs. En effet, les acheteurs passent aujourd'hui par une véritable phase de recherche, bien plus longue et détaillée qu'il y a quelques années, basée essentiellement sur l'information disponible sur les sites web et sur les réseaux sociaux. La cible des entreprises est donc bien plus éduquée et friande d'informations techniques.

III. Le marketing B2G

On parle un peu moins souvent de *B to G* ou de *Business To Government*. Pourtant, nombreuses sont les entreprises qui ont une partie ou même la totalité de leurs activités autour de ce marché spécifique qu'est le commerce aux organisations gouvernementales et aux administrations nationales, départementales ou régionales telles que les mairies ou les communautés de communes. La réelle difficulté dans ce type de business est d'identifier avec précision les donneurs d'ordre ou les personnes qui vont être à l'origine de la prise de décision car cette donnée peut être difficilement accessible en fonction du type d'appels d'offres, il est ainsi possible que l'entreprise ne puisse pas avoir l'interlocuteur en direct tout au long du processus de décision.

Les décisions sont souvent le fruit d'appels d'offres ou de consultations officielles sur des besoins particuliers et très spécifiques, sur lesquels les entreprises répondent de manière très précise avec des documents officiels tels que des cahiers des charges ou des attestations de normes environnementales. Ce type de processus est généralement très rigide et demande une certaine compétence du service marketing qui devra connaître les lois en vigueur et comprendre précisément les prérequis des demandes officielles.

Dans tous les cas, qualifier les fichiers dans un CRM et créer des personas pour mieux cibler les attentes des clients.

- ◆ **Voici quelques sites à visiter pour mieux comprendre les raisons qui poussent les entreprises à utiliser les personas :**

<https://www.infopresse.com/opinion/francois-descarie/2017/8/25/les-personas-un-outil-marketing-inspirant-et-ludique>

<https://www.myfeelback.com/fr/blog/utiliser-les-personas-marketing>

<https://www.e-marketing.fr/Thematique/data-1091/Breves/Persona-nouveau-composant-strategie-marketing-Digital-efficace-322147.htm>

https://www.researchgate.net/publication/262494338_La_methode_des_personas_principes_interets_et_limites