

b2b eCommerce

ОСНОВНИ ТЕНДЕНЦИИ В СЕКТОРА

JP / Digital4
Plaudiu

Данаил Андонов

Уеб и дигитален маркетинг консултант



10 г. ОПИТ
7г. в Intelligent Systems



email: d.andonov@isystems.bg
LinkedIn: [/in/danailandonov/](https://in.linkedin.com/in/danailandonov/)





Причини за изграждане на е-магазин

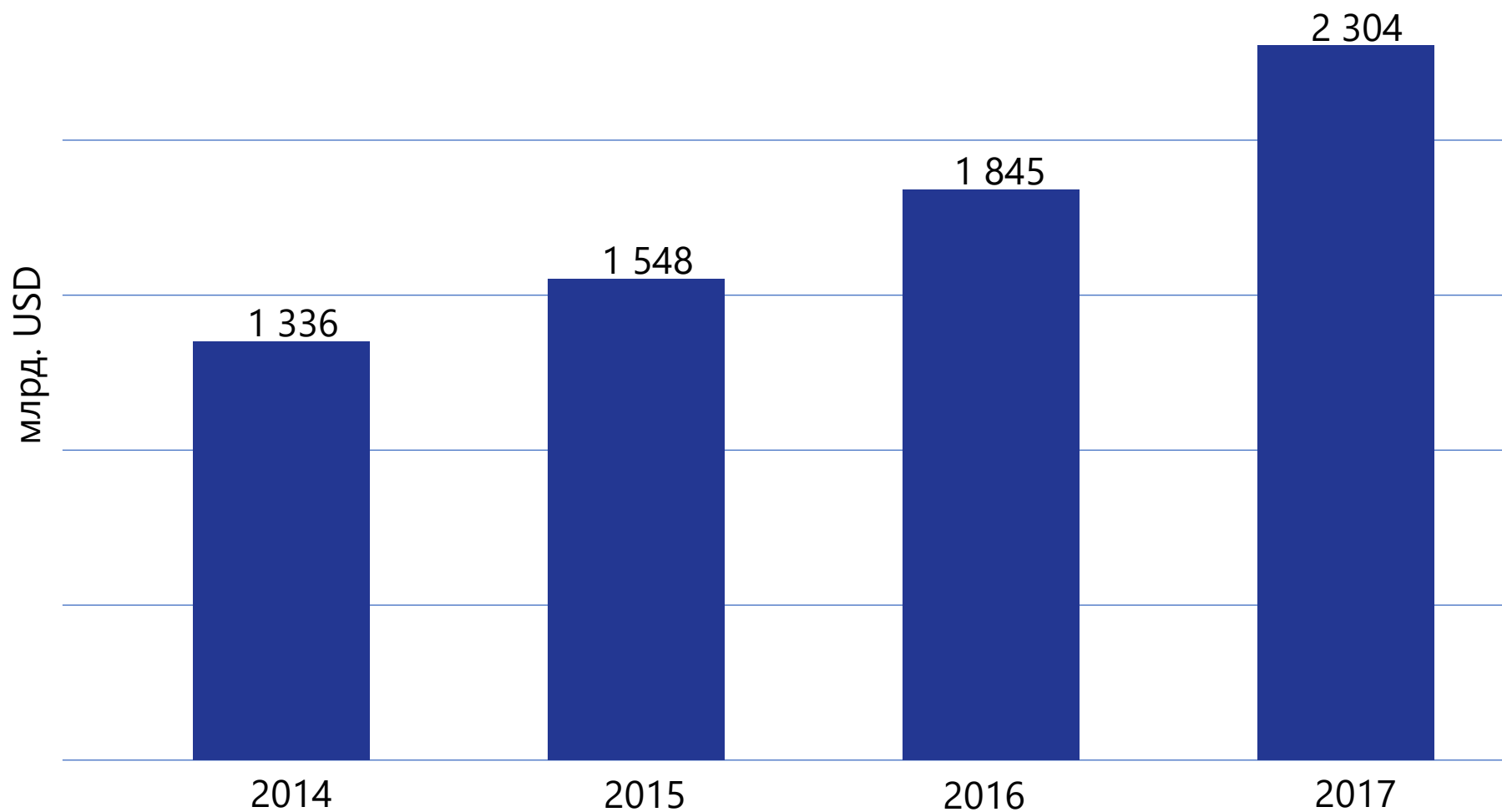


Разлики между b2b и b2c

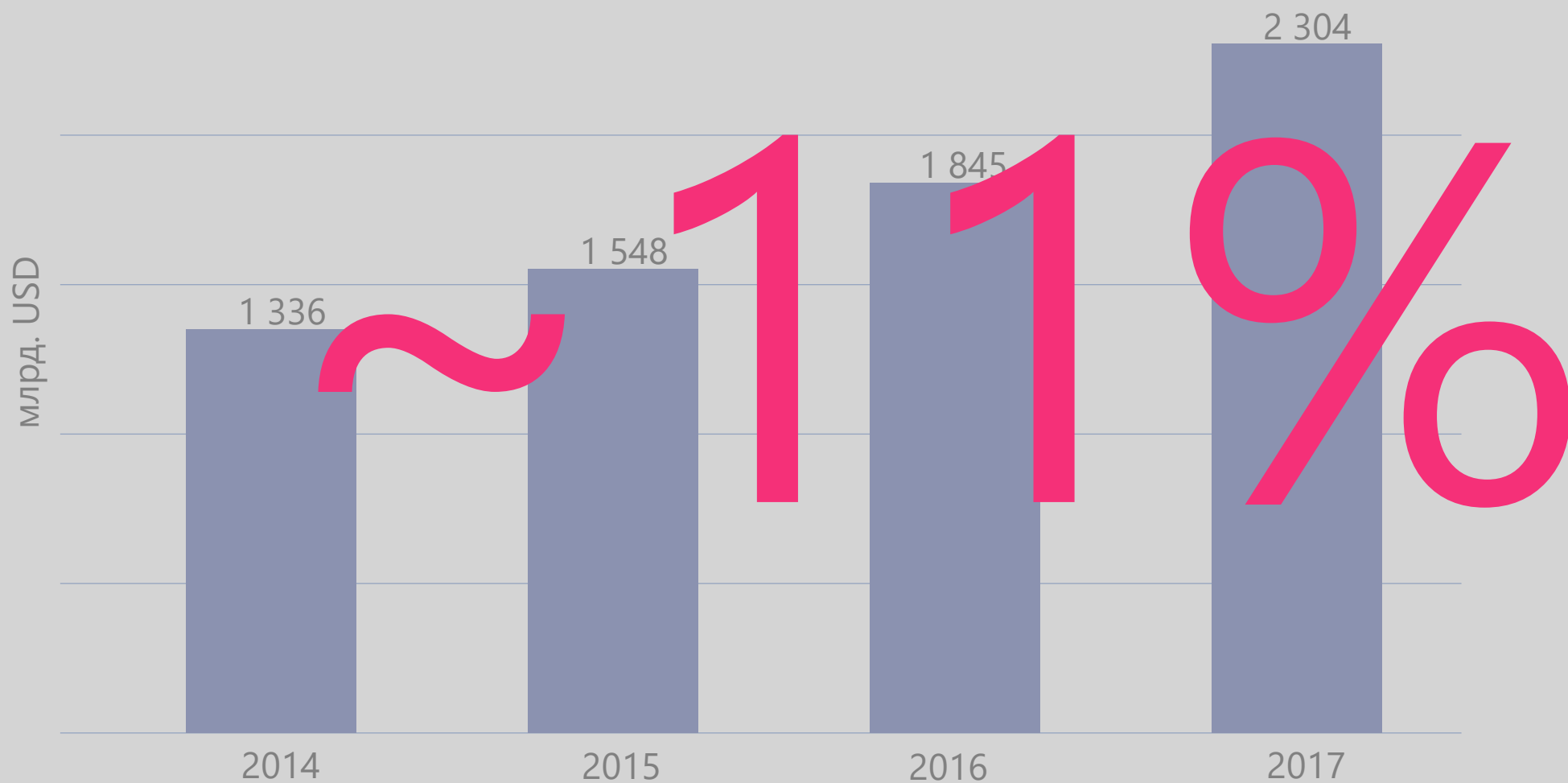
b2c	b2b
Физическо лице	Група от хора
Може да пазарува като гост	Задължителна регистрация
-	Нива на одобрение
Стандартни цени	Индивидуални цени
Еднократна поръчка	Регулярни поръчки
Единични бройки	Големи количества
Потребителски стоки	Всякакви стоки и материали
Директни плащания	Плащане на кредит
Стандартни цени за доставка	Специални условия за доставка
Търсене по вид/марка на продукт	Търсене по номер на артикул
История на покупките	Споделена история и кредитни лимити



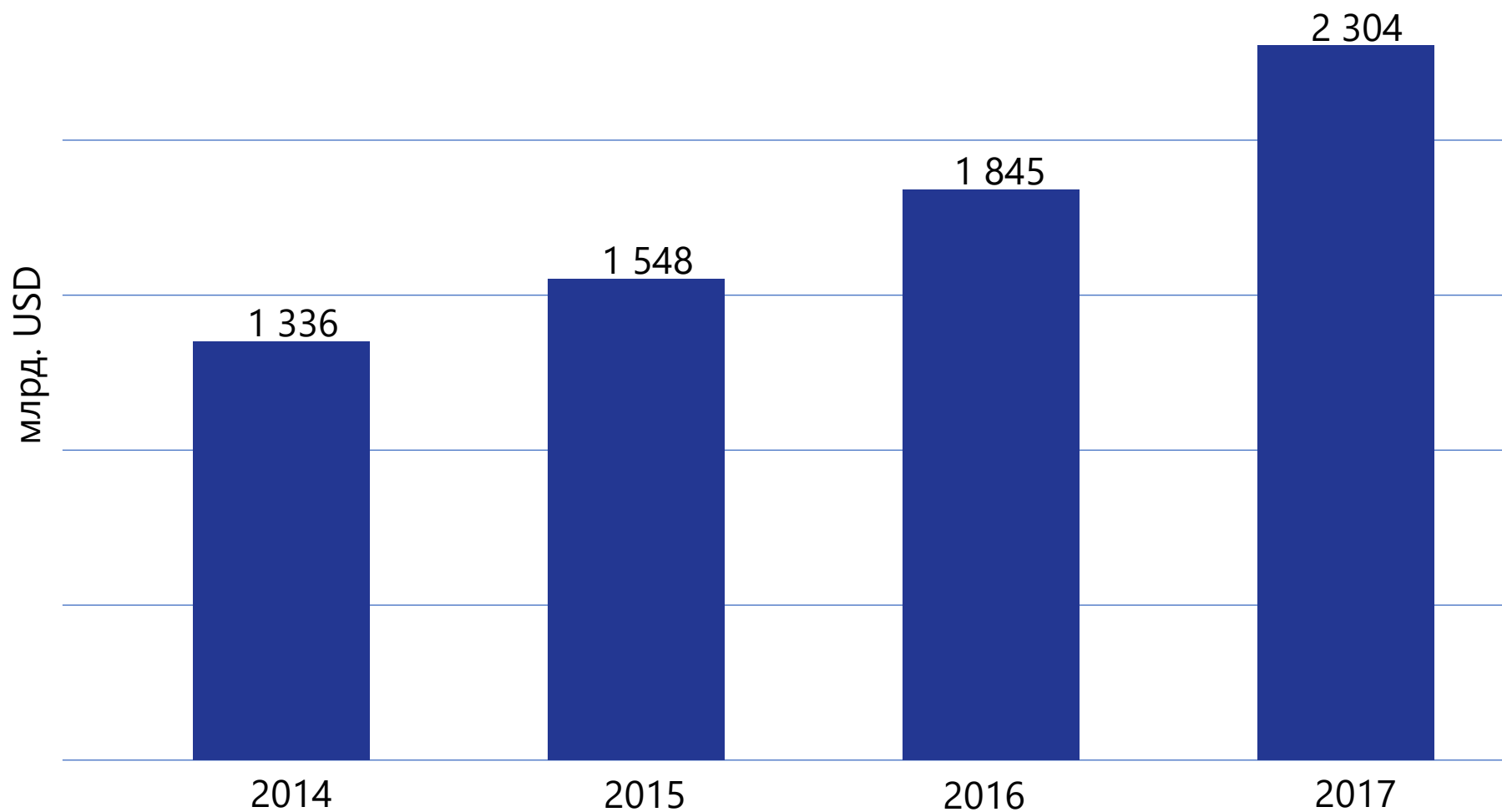
Големина на е-пазара



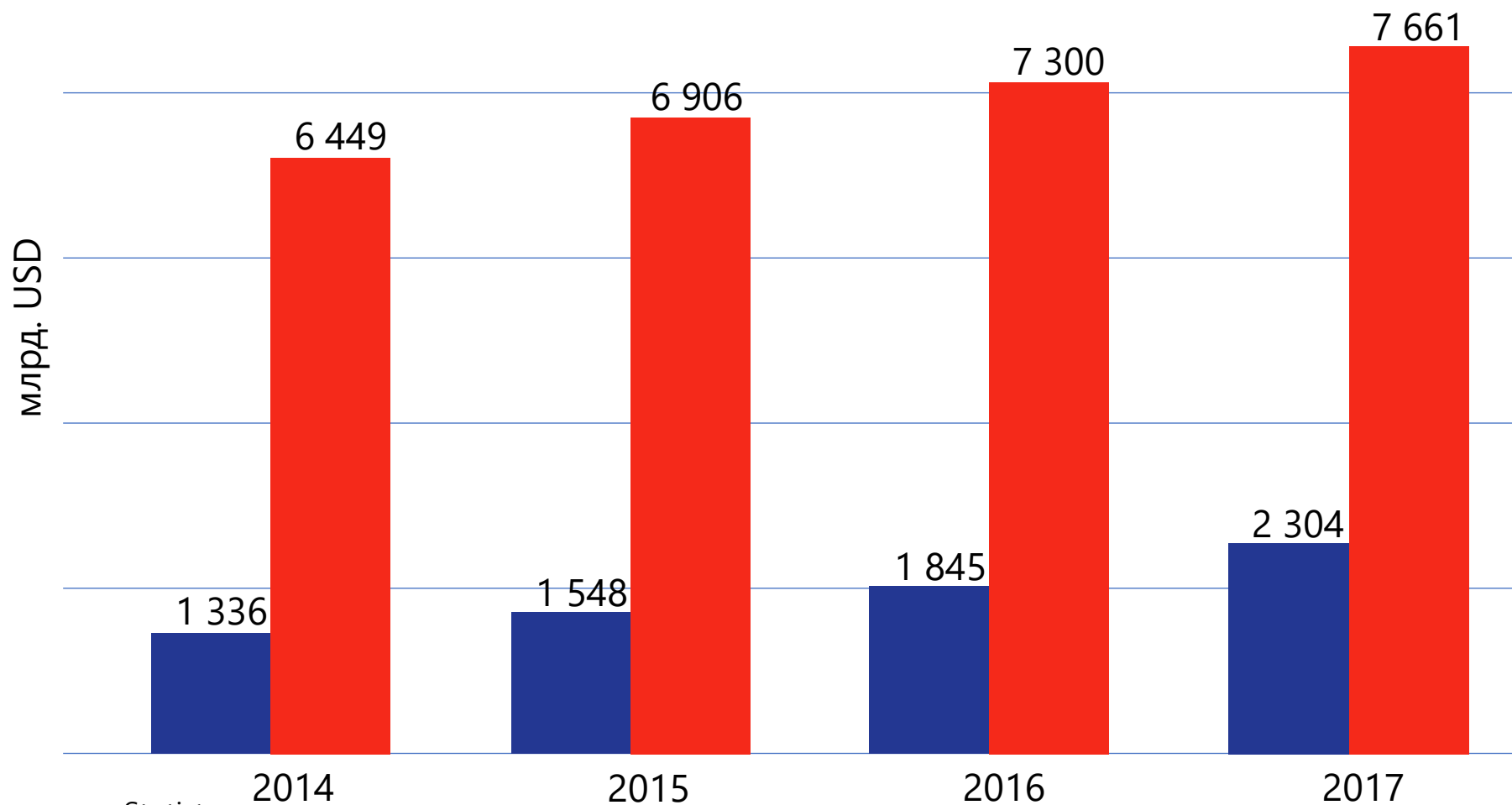
Големина на е-пазара



Големина на е-пазара



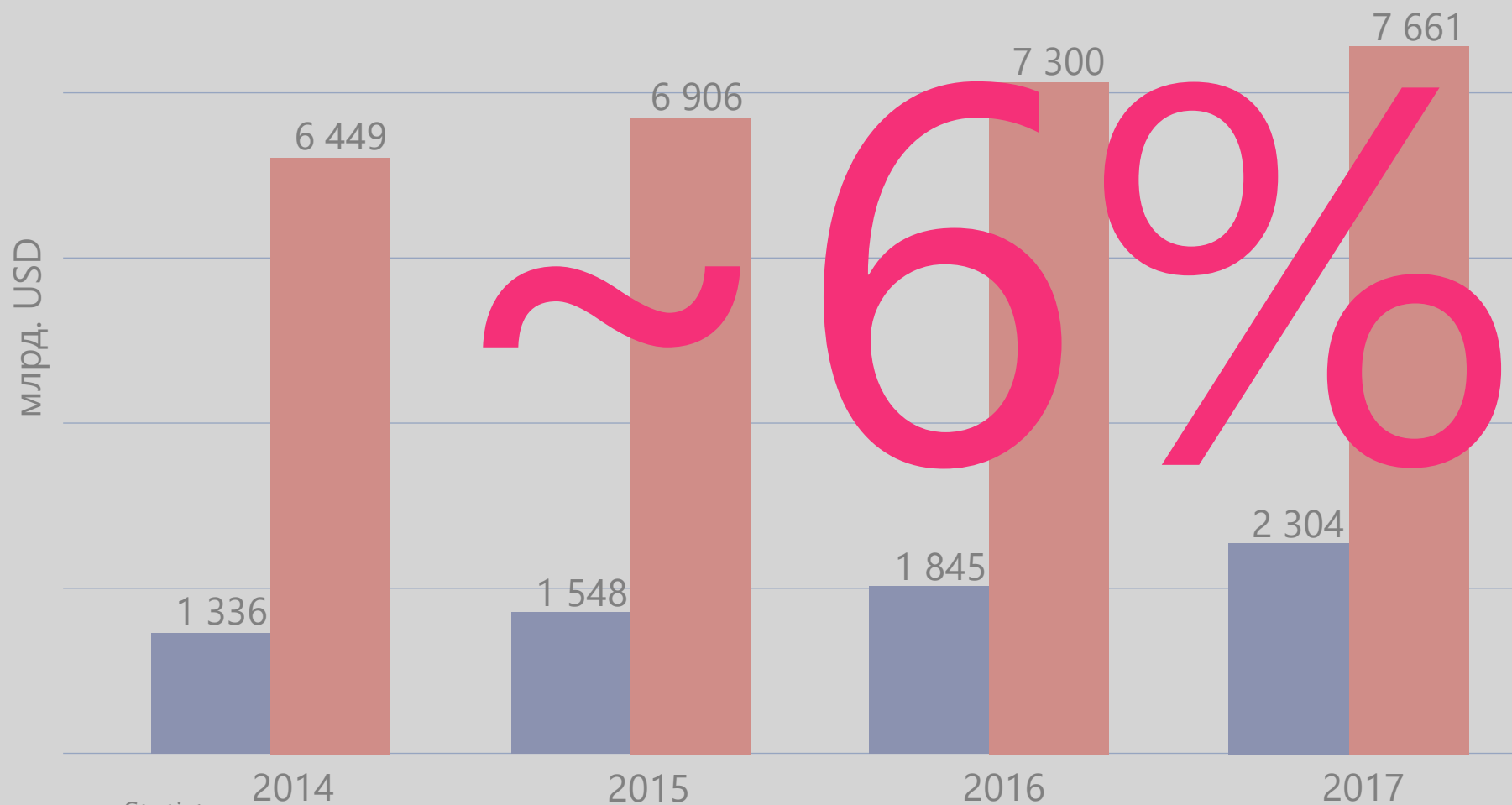
b2c спрямо b2b е-пазар



Източник: Statista



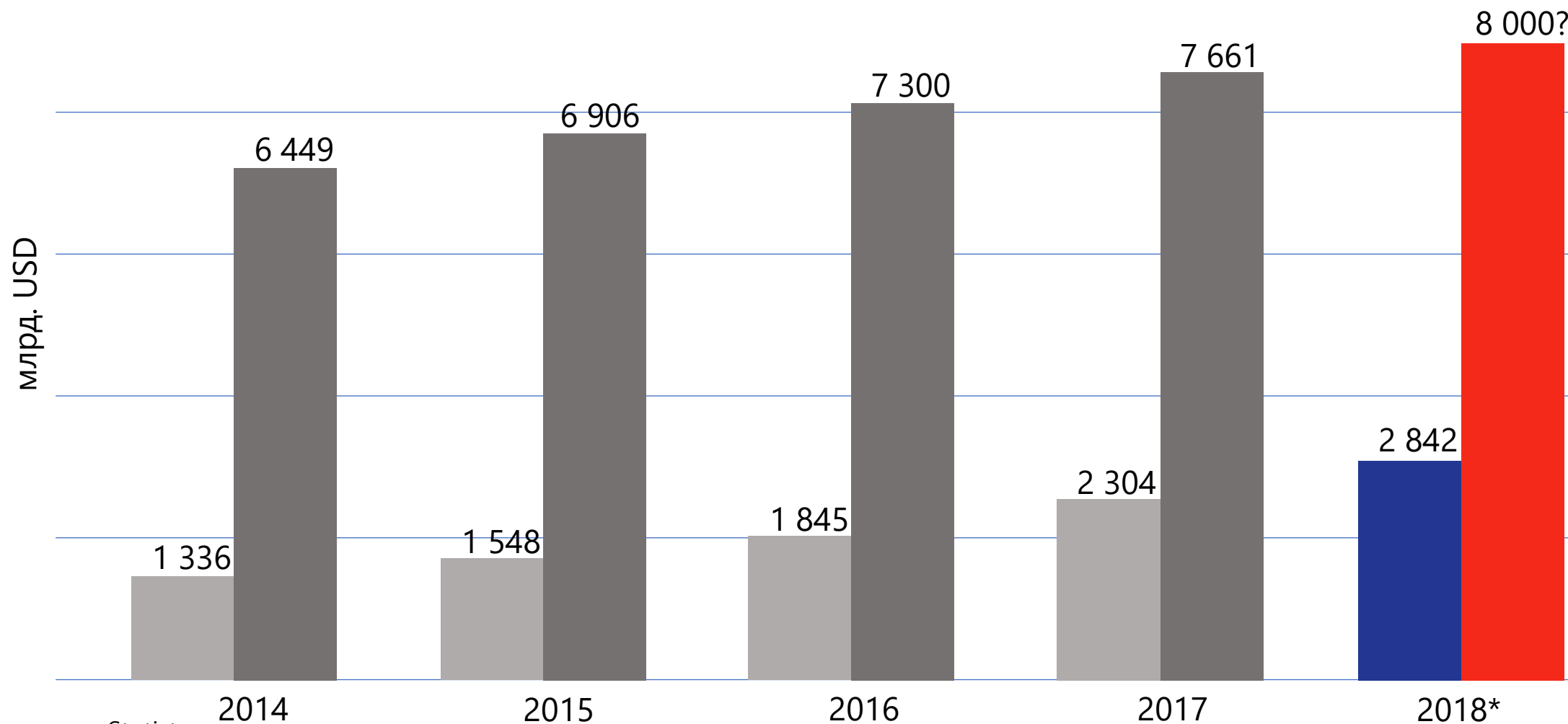
b2c спрямо b2b е-пазар



Източник: Statista



b2c спрямо b2b е-пазар



Източник: Statista



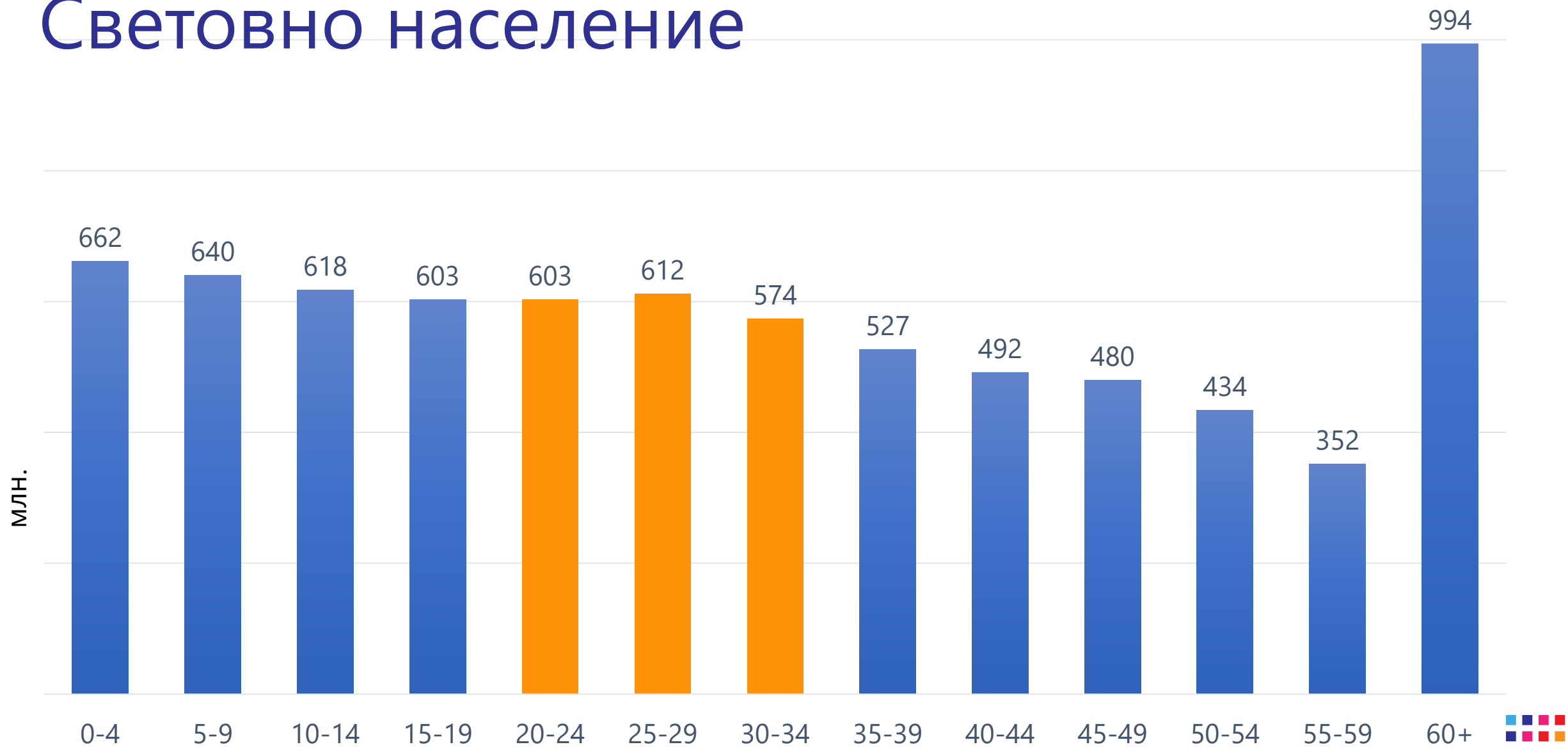
Световно население



Источник: US Census Bureau



Световно население



Источник: US Census Bureau





Малко под **50%** от b2b
пазаруващите през 2015г. са на
възраст 20-34г.

- *Google*

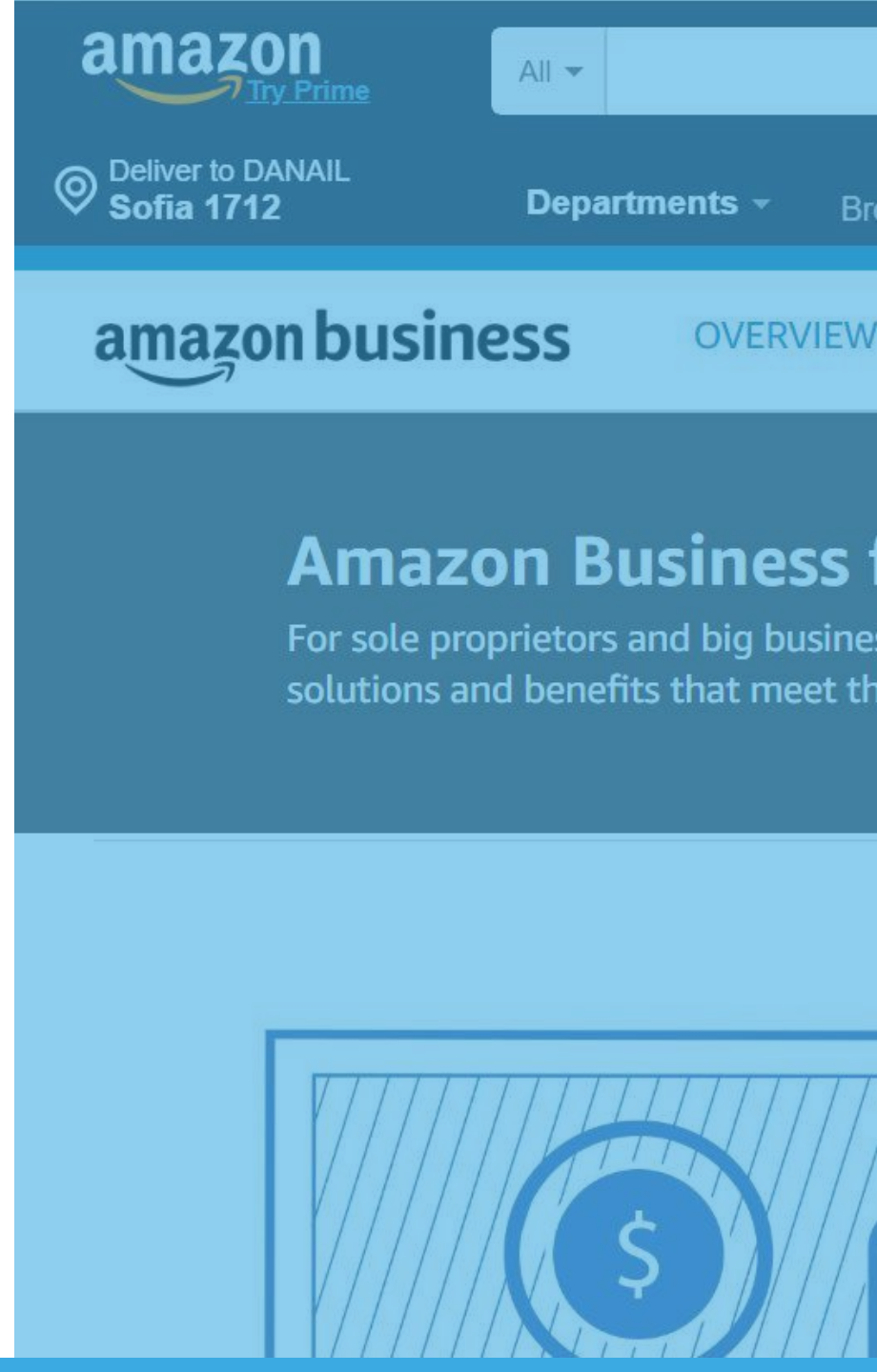


Защо потребителите пазаруват онлайн

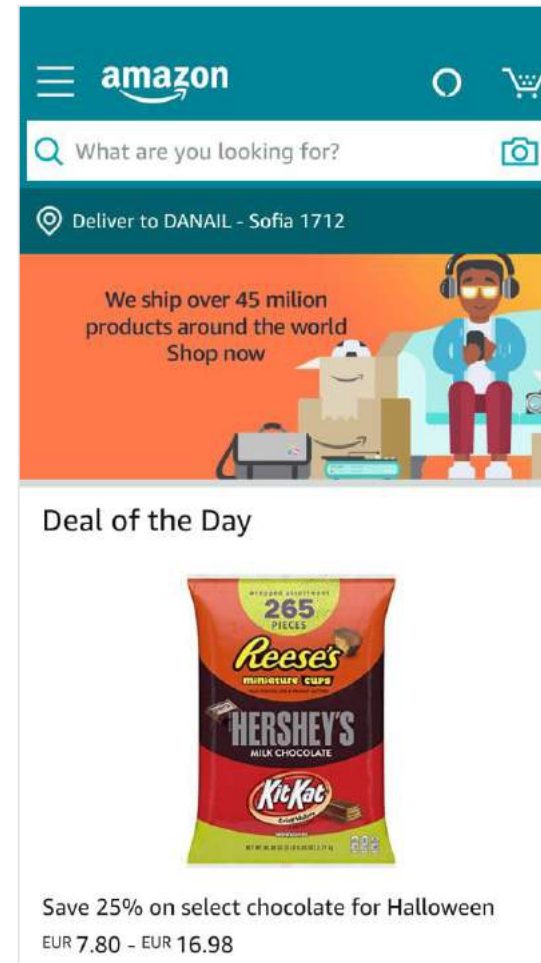
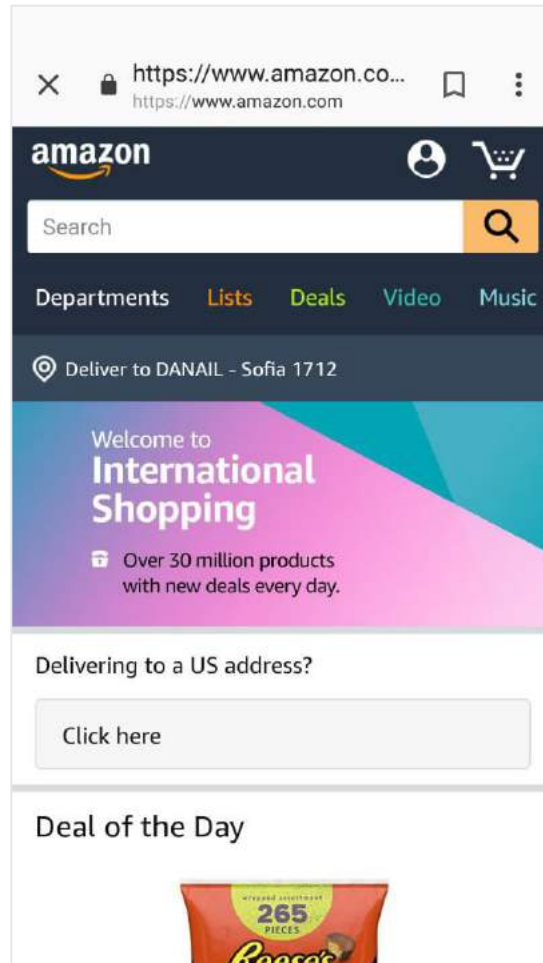


Прилики на b2b с b2c

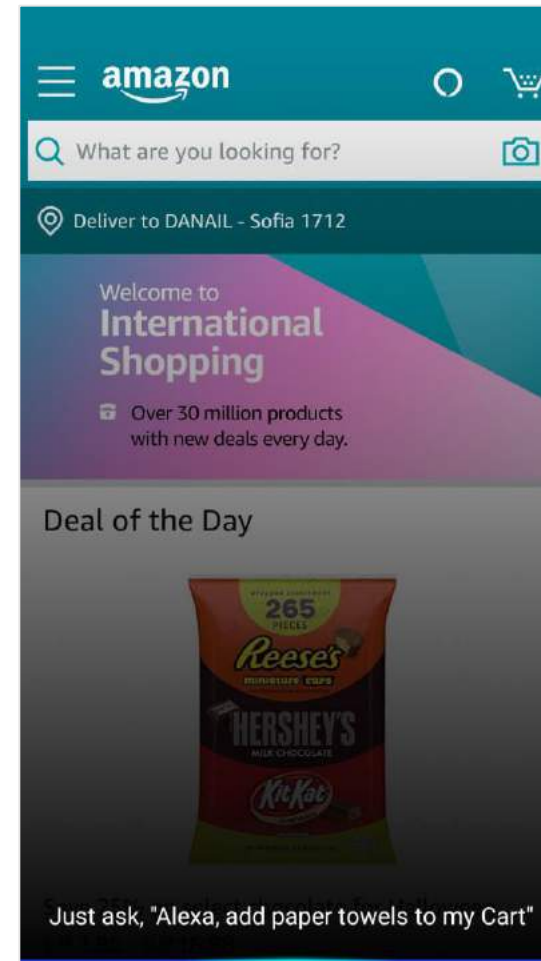
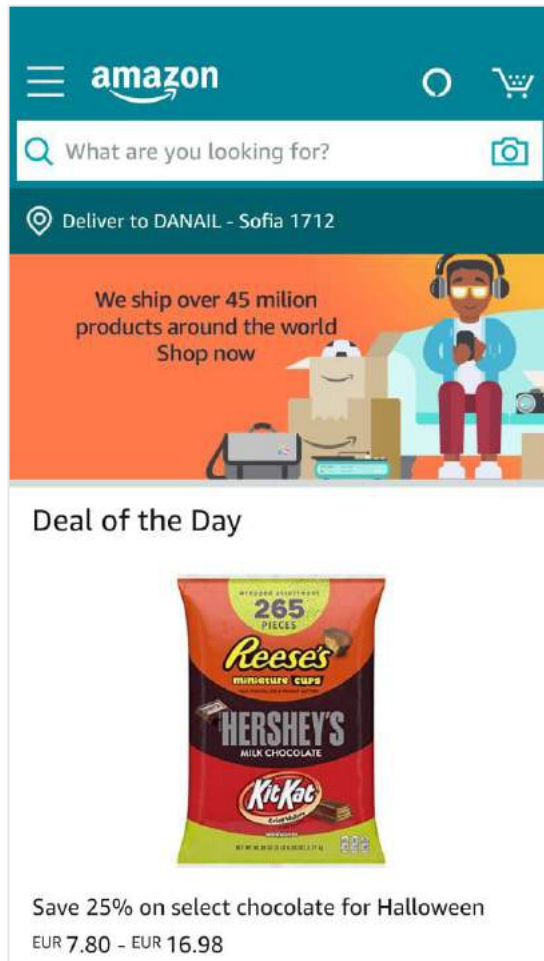
- Лесна навигация
- Съдържание
- Персонализация
- Бързина



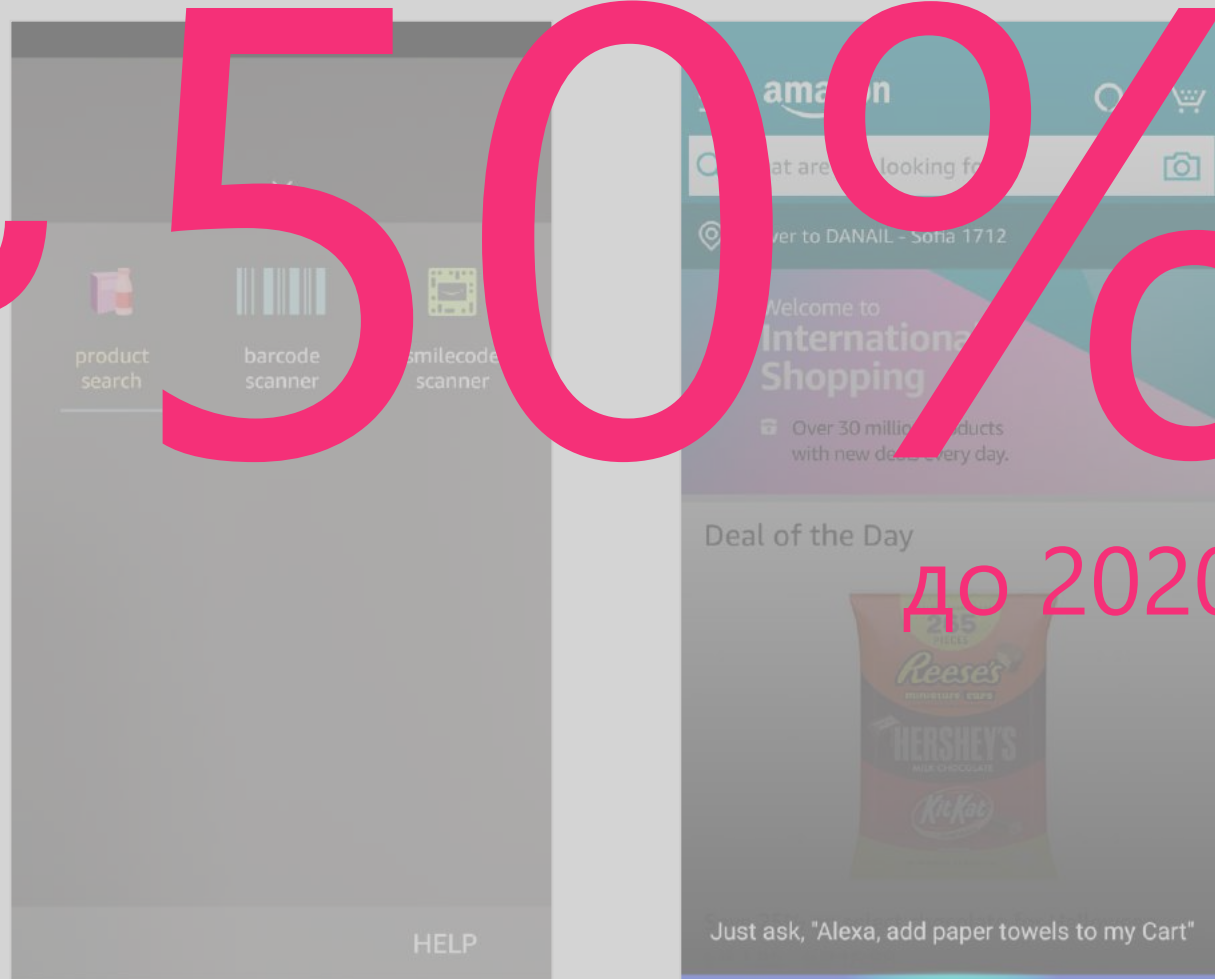
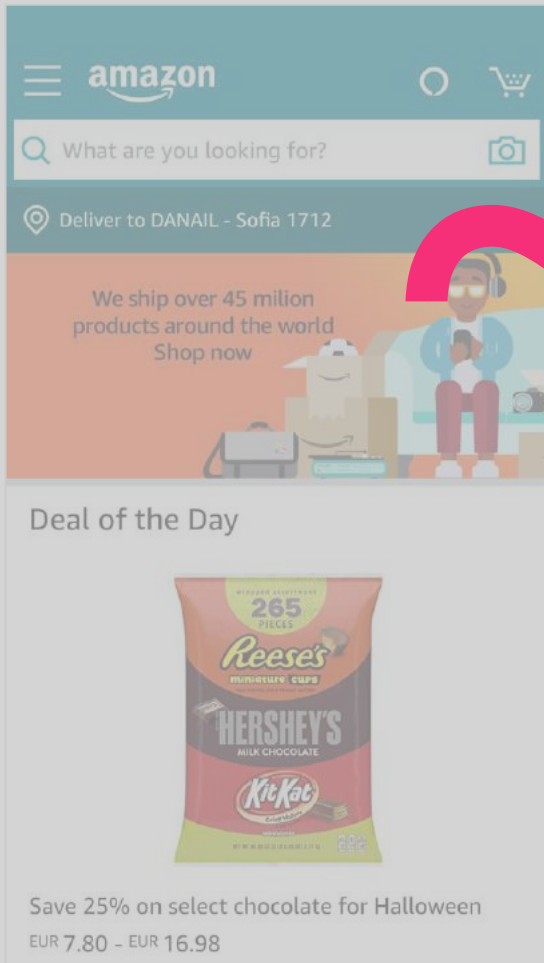
Адаптивен дизайн и приложение



Визуално и гласово търсене



Визуално и гласово търсене



AI, AR, VR, IoT



Omnichannel





80-85% от потребителите започват пазаруването си на едно устройство, но го завършват на друго.

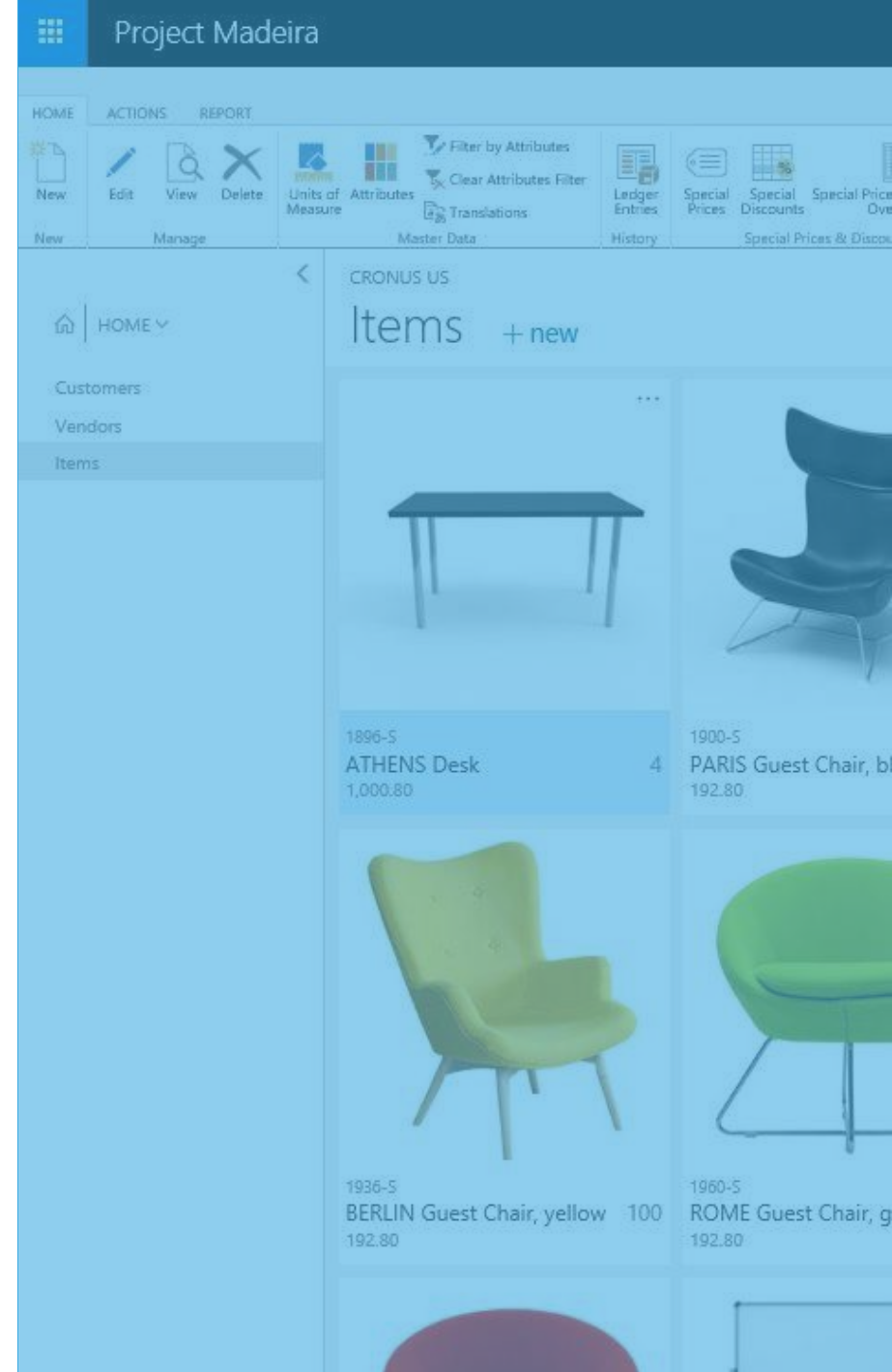
- *Google*

360° поглед върху клиента



Интеграция с ERP

- Единствен източник на информация
- Управление на клиенти
- Поръчки в реално време
- Намаляване на грешки
- Помощно средство
- Допълнителни продажби



Performance

Search type: Web / Date: Last 12 months / + NEW

Total clicks

14.8K

Total impressions

1.7M

Average CTR

4.6%

Average position

7.5



QUERIES

PAGES

COUNTRIES

DEVICES

SEARCH APPEARANCE

Query

Clicks

Impressions

Анализ, имплементация, последваща поддръжка

Google AdWords All campaigns

Overview

Custom
Apr 17 - May 16, 2017

Clicks	Conversions	Cost	Impr.
407	55.00	\$284	28.8K

Apr 17, 2017 May 16, 2017

Biggest changes
Apr 17 - May 16, 2017 compared to Mar 18 - Apr 16, 2017

Item	Change	Cost
SpicaCastAdvice.com - Hip Dysplasia	+18%	+\$15.58
CCC - Main - Preschool	+29%	+\$12.97
CCC - Main - Day Care	+13%	+\$11.22

Campaigns

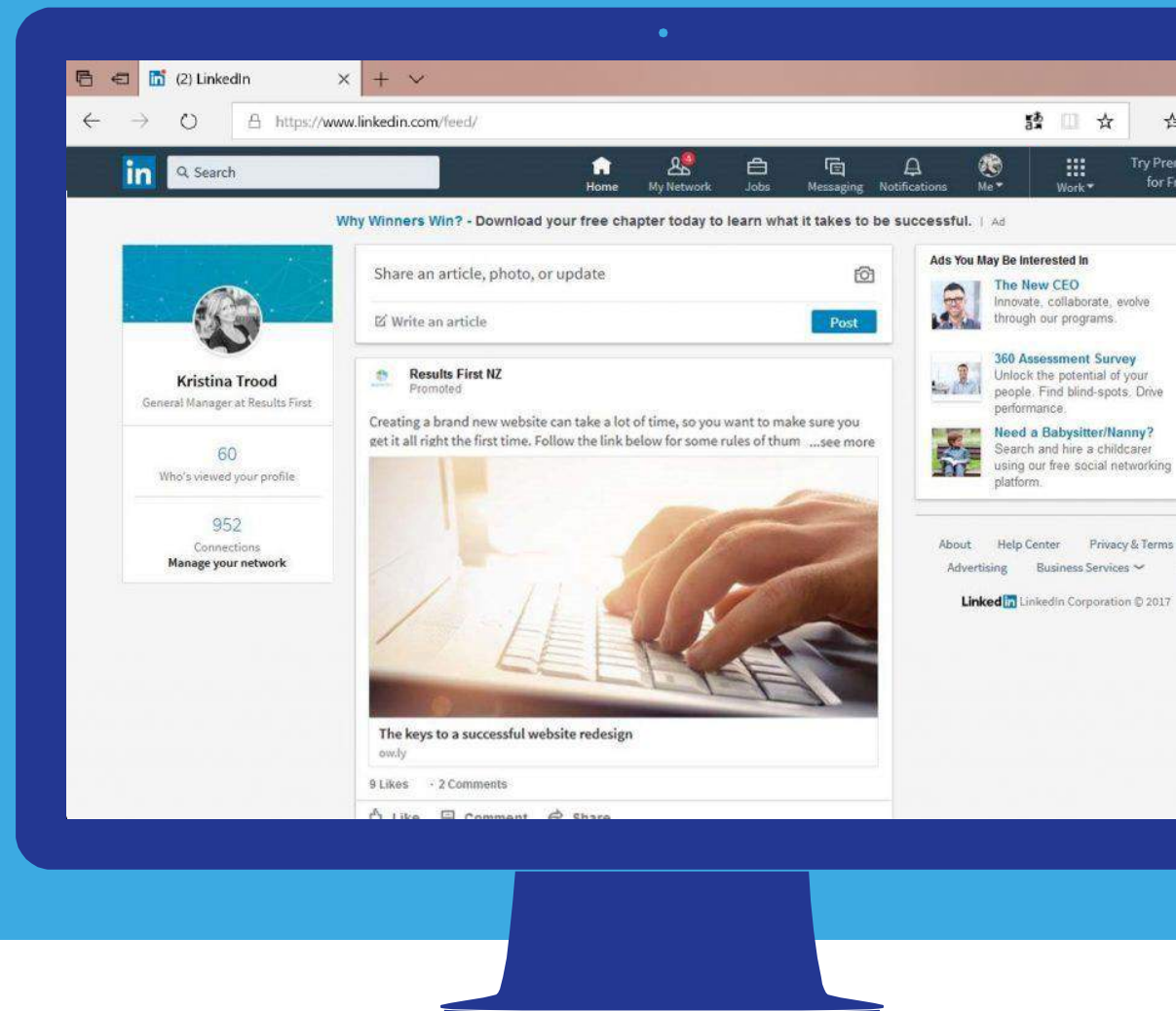
Campaign	Clicks	Conversions	Cost
SpicaCastAdvice.com	353	48.00	\$130.70
CCC - Main	54	7.00	\$162.80
GCLID Generator	0	0.00	\$0.00

Търсеци машини, дисплейна реклама, ремаркетинг

LinkedIn

Достигнете до правилните хора

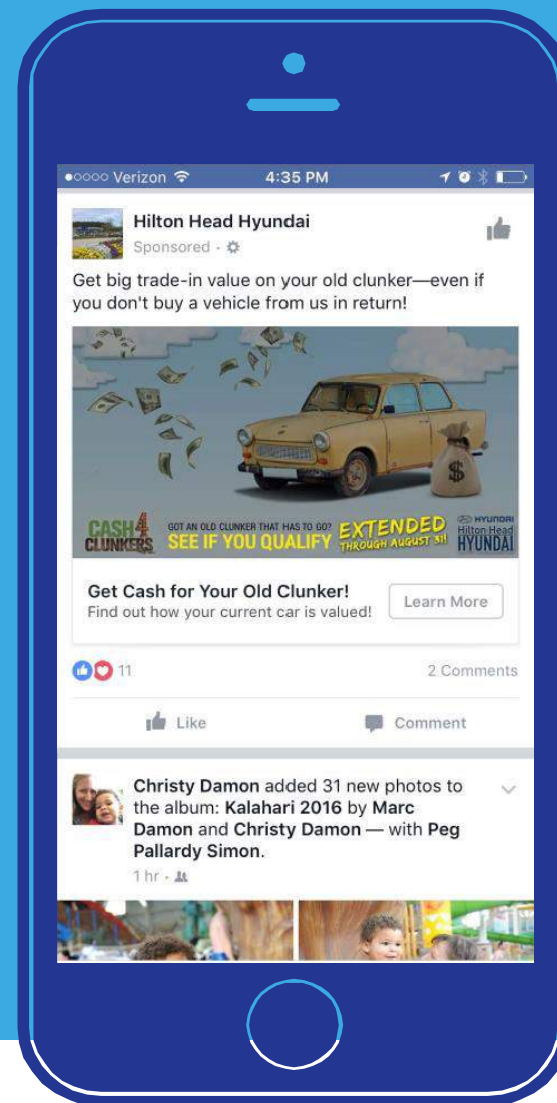
- Рекламирайте към професионалисти на база местоположение, индустрия, позиция и др.
- Използвайте множество рекламни формати: текстови, публикации, директни съобщения
- Правете ремаркетинг кампании



Facebook

Рекламирайте марката или продуктите си пред над 2.2 милиарда активни потребители

- Насочване на рекламите: демографско, географско и по интереси
- Специфични аудитории благодарение на ремаркетинг способностите и функцията за импортиране
- “Подобни” аудитории, базирани на AI способностите на Facebook



Благодаря!

www.isystems.bg

d.andonov@isystems.bg

+359 2 817 33 66

