

B2C-Marketing

Was ist B2C?

B2C steht für business to consumer (deutsch: von Unternehmen zu Konsument) und bezeichnet die Kommunikations- und Geschäftsbeziehung zwischen Unternehmen und Endverbraucher. Im Gegensatz dazu meint B2B (business to business) Geschäftsbeziehungen zwischen mehreren Unternehmen. Somit unterscheiden sich diese Marketingbereiche hinsichtlich der Zielgruppe.

Unterschied zwischen B2C und B2B

B2C und [B2B](#) unterscheiden sich in der [Zielgruppe](#) und dem **Kaufentscheidungsprozess**. Da der Kauf bei diesen Zielgruppen aus unterschiedlichen Gründen erfolgt, ist jeweils eine andere **Ansprache** notwendig. Denn beim B2B werden die Kaufentscheidungen faktenbasiert getroffen und es sind mehrere Menschen darin involviert. Beim **B2C** dagegen ist die Kaufentscheidung oftmals spontan und **emotional** geprägt. Um den Konsumenten erfolgreich zu erreichen, sollten die Werbebotschaften deshalb kurz, prägnant und leicht verständlich sein. Auch die **Erwartungshaltung** von Endverbrauchern hat sich in den letzten Jahren stark verändert, sodass sie nun von Unternehmen eine gewisse Authentizität und gezielte Ansprache erwarten. So ist eine gezielte Ansprache wesentlich erfolgreicher als eine anonyme, wie es beispielsweise in Fernsehwerbungen oder Print-Anzeigen der Fall ist. Auf diese Weise wird der [Streuverlust](#) reduziert und die Kunden werden als **Individuen** wahrgenommen.

So unterscheidet sich das B2C-Marketing vom B2B-Marketing in folgenden Punkten:

- Die Zielgruppe ist deutlich **größer** und somit heterogener.
- Die Kundenansprache ist **persönlicher** und zielgerichteter, da emotional ansprechende Werbebotschaften erfolgreicher sind.
- Beim Endverbraucher steht die **Bedürfnisbefriedigung** im Vordergrund.
- Die Zielgruppe verfügt meistens über ein geringes Fachwissen und interessiert sich insbesondere für das Preis-Leistungs-Verhältnis sowie sofortige **Lösungen**.
- Bei den Produkten oder Dienstleistungen handelt es sich vor allem um relativ breit gestreute **Massenware**.

Ziele

Jede B2C-Marketingmaßnahme verfolgt das Ziel, den Konsumenten zu einer bestimmten **Reaktion** zu bewegen. Diese Reaktion ist in der Regel der Kauf eines Produktes oder einer Dienstleistung. Doch neben dem Kauf haben Unternehmen beim B2C-Marketing noch weitere **Ziele**:

- Brand Awareness erhöhen
- Verbesserung der Engagement Rate
- Mehr Leads generieren
- Etablierung als Experte
- Umsatzsteigerung
- Kundengewinnung und -bindung

Maßnahmen des B2C-Marketings

Damit der Konsument das werbende Produkt letztendlich kauft, sind effektive **Marketingmaßnahmen** notwendig. Das B2C-Marketing umfasst sämtliche Werbemittel, die sich an private Endverbraucher richten. So muss eine erfolgreiche Marketingstrategie nicht nur auf die jeweilige Zielgruppe ausgerichtet sein, sondern das werbende Produkt muss auch das dahinterstehende Unternehmen entsprechen. Denn im Marketingbereich sind heutzutage Transparenz, Authentizität und **Kundenbeziehung** wichtige Erfolgsfaktoren. Da die Konsumenten die **Kaufentscheidungen** überwiegend emotional treffen, sollte eine B2C-Marketingstrategie den persönlichen **Nutzen** oder Vorteil des Produkts oder der Dienstleistung vermitteln. Die gängigsten B2C-Marketingmaßnahmen sind [Content](#), E-Mail, [Social-Media](#) und eine [userfreundliche Website](#).

Die B2C-Marketingmaßnahmen im Überblick

- **Content:** Das Content Marketing ist eine der wichtigsten Maßnahmen beim B2C. Ein erfolgreicher Content sollte einen Inhalt mit Mehrwert bieten und dabei den potenziellen Kunden gezielt ansprechen. Dies ruft eine emotionale Assoziation hervor und führt schließlich zu mehr Aufmerksamkeit für das Unternehmen bzw. Produkt. Somit wird eine größere Kundengewinnung und letztendlich ein höherer Umsatz erreicht.
- **E-Mail:** Das E-Mail-Marketing ermöglicht die Platzierung der Werbebotschaft mit einem Newsletter direkt im privaten Postfach der jeweiligen Zielperson. Aufgrund der großen Flut an Newslettern muss dieser jedoch zu 100% überzeugen. Neben dem Design muss auch der Inhalt optimal auf die Wünsche der Zielgruppe abgestimmt sein. Denn nur so lassen sich die Kunden davon überzeugen, sich mit dem Produkt oder Dienstleistungen zu beschäftigen. Im Idealfall

klickt der Empfänger auf den enthaltenen Call-to-action-Button und gelangt so auf die entsprechende Website.

- **Social Media:** Social Media bietet vielfältige Möglichkeiten, um das Produkt genau an die Zielgruppen zu adressieren.
- **Userfreundliche Website:** User erwarten mittlerweile eine ansprechende, nutzerfreundliche Website und ein technisch gut gestalteter Onlineshop, der einen schnellen Kaufprozess über alle Endgeräte ermöglicht. Wenn die Website oder der Onlineshop hierbei Probleme aufweist, verlässt der potenzielle Kunde die Website und bricht den Kauf somit ab.
- **Influencer Kooperationen:** [Influencer](#) wie Blogger können mit ihrer Beliebtheit und Bekanntheit eine große Aufmerksamkeit für das Produkt oder Dienstleistung erzielen. Je mehr Follower diese haben, desto besser der Multiplikator-Effekt.
- **Multichannel:** Neben dem eigenen Online-Shop sollten B2C-Produkte unbedingt auch auf anderen Plattformen und Marktplätzen verkauft werden, um die Reichweite und die Aufmerksamkeit zu erhöhen.

Fazit

Beim B2C-Marketing liegt der Schwerpunkt vor allem darauf, eine große Zielgruppe mit **zielgerichteten** Maßnahmen zu erreichen. So ist für die Kaufentscheidung sowohl die direkte **Ansprache** als auch die Darstellung einer **Lösung** für ein erfolgreiches Marketing wichtig. Da sich die Kunden beim B2C-Marketing aus emotionalen Gründen für ein Produkt oder eine Dienstleistung entscheiden, müssen die Maßnahmen zielgruppenspezifischer ausgerichtet sein. Neben einer **userfreundlichen Website** stellt das **Content Marketing** die wichtigste Maßnahme dar, um die entsprechende Zielgruppe anzusprechen. Damit können Unternehmen unter anderem eine höhere **Kundengewinnung und -bindung** erreichen, was schließlich zu mehr Umsatz führt.