



LO QUE PODEMOS APRENDER DEL B2B

Ari Bermann

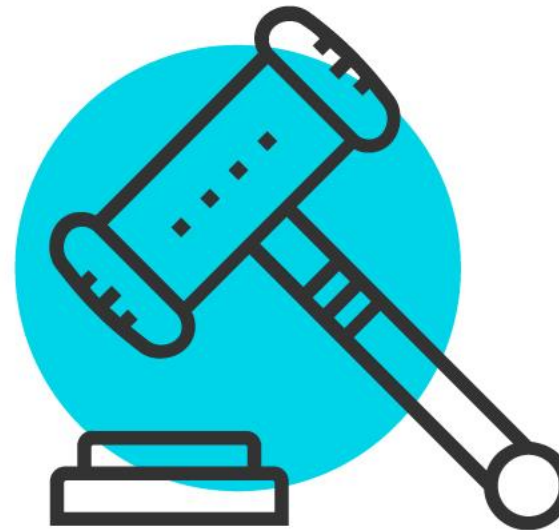
Vicepresidente Comercial
y Desarrollo de Negocios Sudamérica
Aramark

B **2** **B**
C





Transaccionales



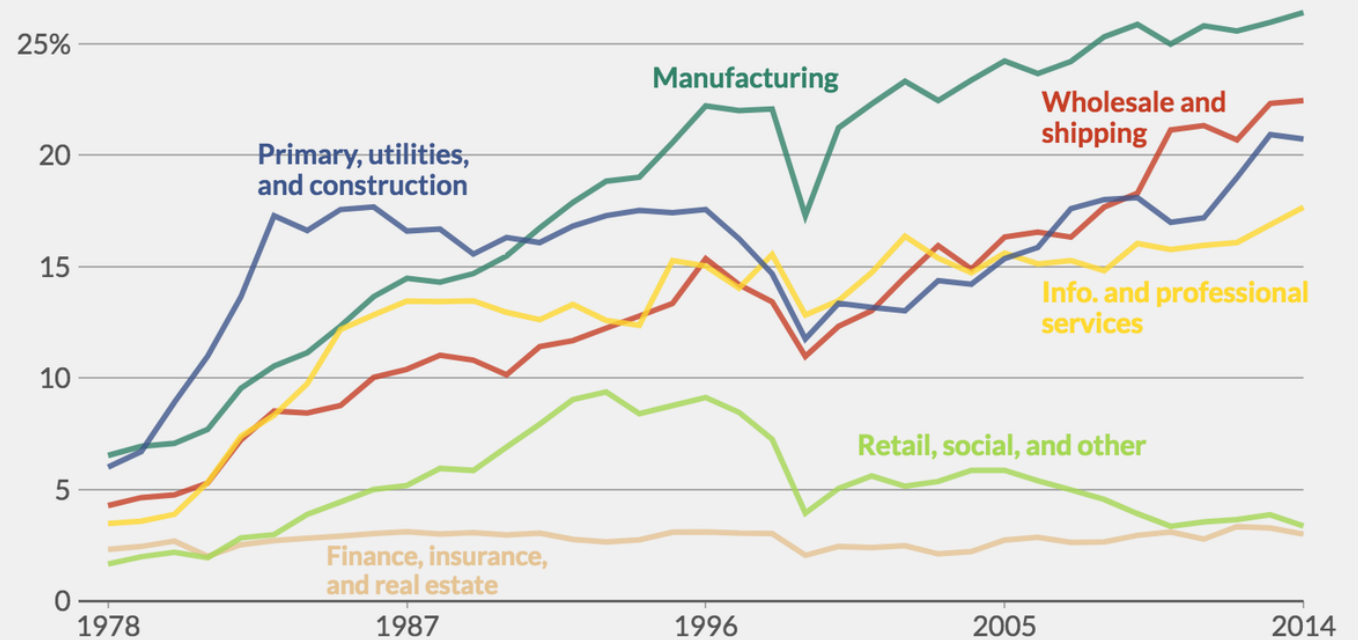
Complejas

Estamos frente a un escenario cambiante ...

Mayor atomización de las empresas

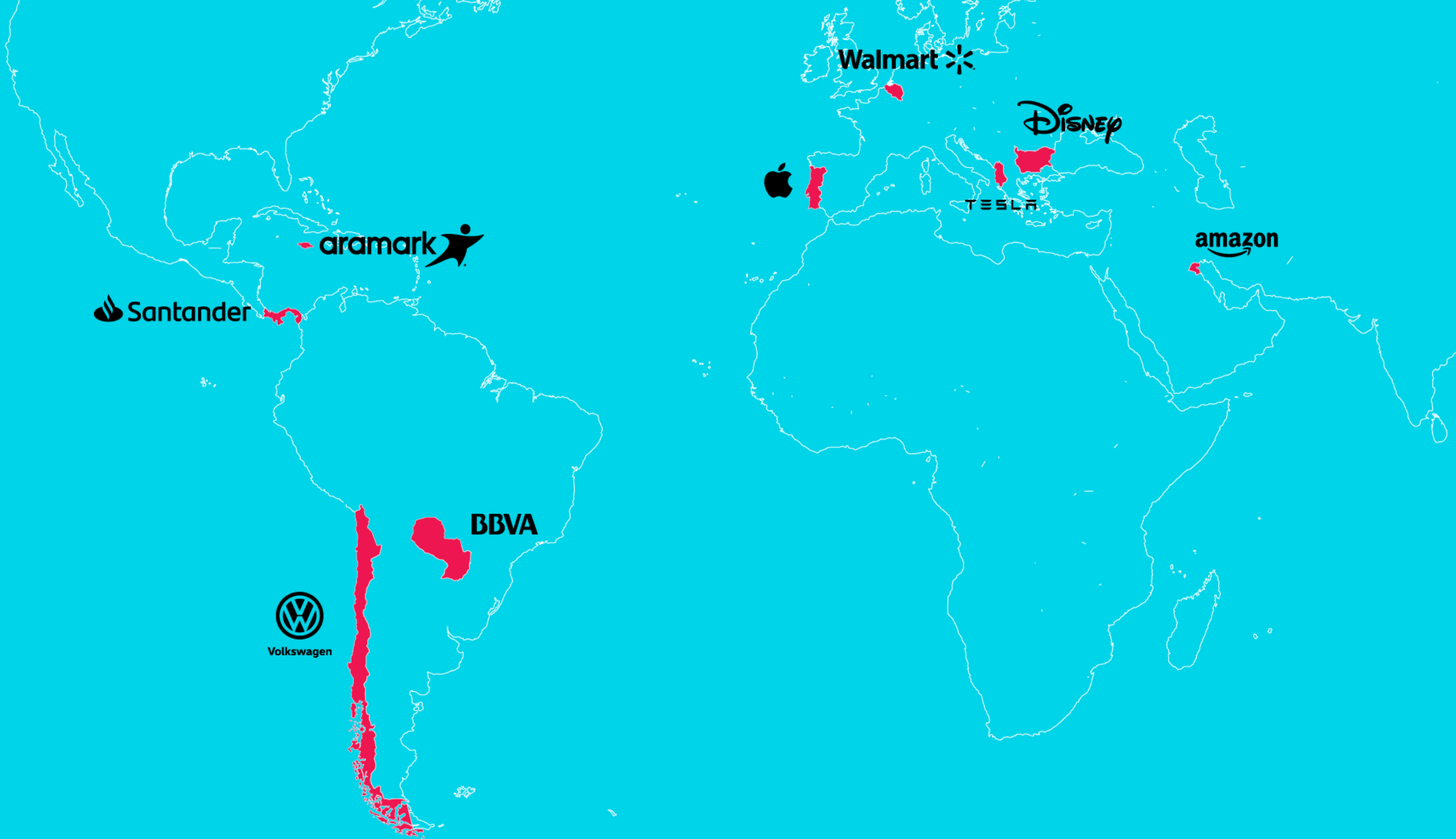
U.S. suppliers rely on fewer and fewer big buyers

Share of revenue from dominant buyers among publicly traded firms, by sector, 1978-2014



Source: Author's calculations from Compustat database

Note: Industry categories are aggregated from NAICS two-digit codes as follows: manufacturing (31, 32, 33); wholesale and shipping (42, 48, 49); primary, utilities, and construction (11, 21, 22, 23); info. and professional services (51, 54, 56); retail, social, and other (44, 45, 61, 62, 71, 72, 81, 99); FIRE (52, 53)





aramark 

Y el decisor también cambió...



Antes era responsabilidad
del usuario y finanzas

Nuevo foco del comprador



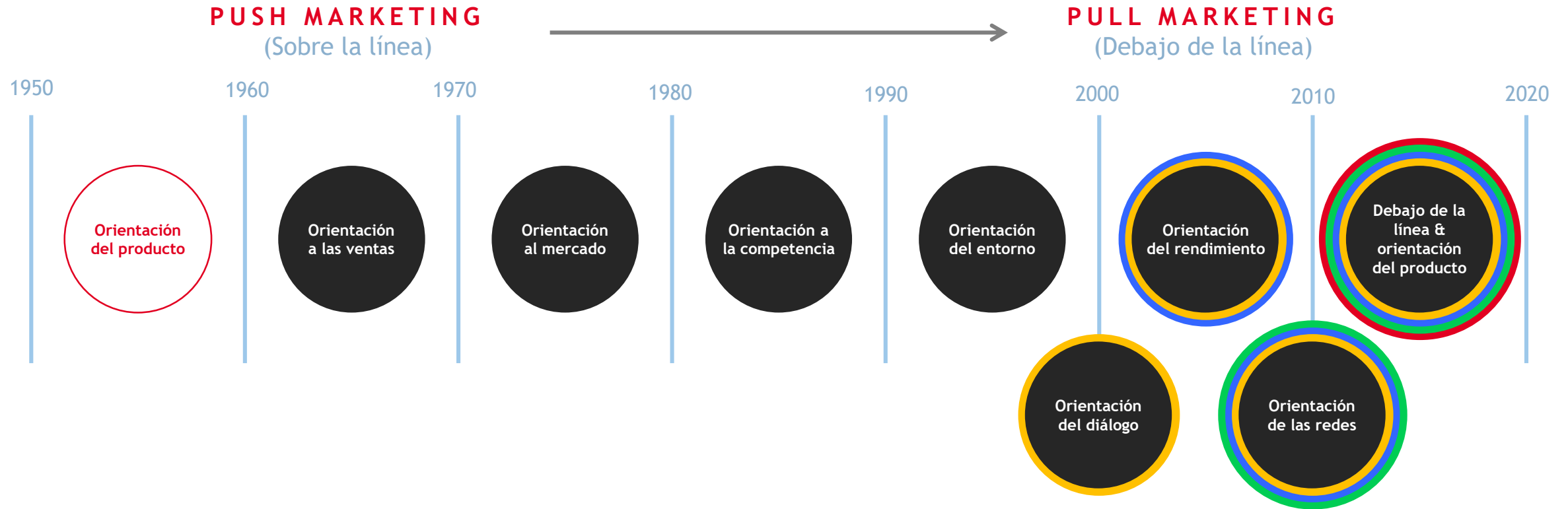
Análisis económico/técnico | Probidad | Compliance | KPI's | Definiciones contractuales

Cultura de la inmediatez



Menor duración de contrato > Mayor cantidad de licitaciones > Procesos paralelos

Evolución de la propuesta de valor



- **Publicidad y patrocinio**
 - Publicidad impresa
 - Publicidad radial
 - Publicidad televisiva
 - Patrocinio

- **Debajo de la línea (desconectado)**
 - Publicidad impresa
 - Evento de mercadeo
 - Colocación de productos

- **Marketing online 1.0 (publicidad de empuje)**
 - Publicidad gráfica por TKP
 - Marketing por e-mail

- **Marketing online 2.0 (marketing de rendimiento)**
 - Publicidad gráfica por CPC
 - Seo
 - Sea
 - Marketing por email
 - Comercialización del afiliado

- **Marketing de medios sociales**
 - Marketing redes sociales

- **Debajo de la línea (conectado)**
 - Marketing de contenidos
 - Marketing viral
 - Marketing del boca a boca

Tres desafíos de la organización comercial

**CONSTRUIR
UN ECOSISTEMA**

**INTEGRAR CON
LA TECNOLOGÍA**

**CONECTAR
EL B2B2C**

ECOSISTEMA

TECNOLOGÍA

B2B2C

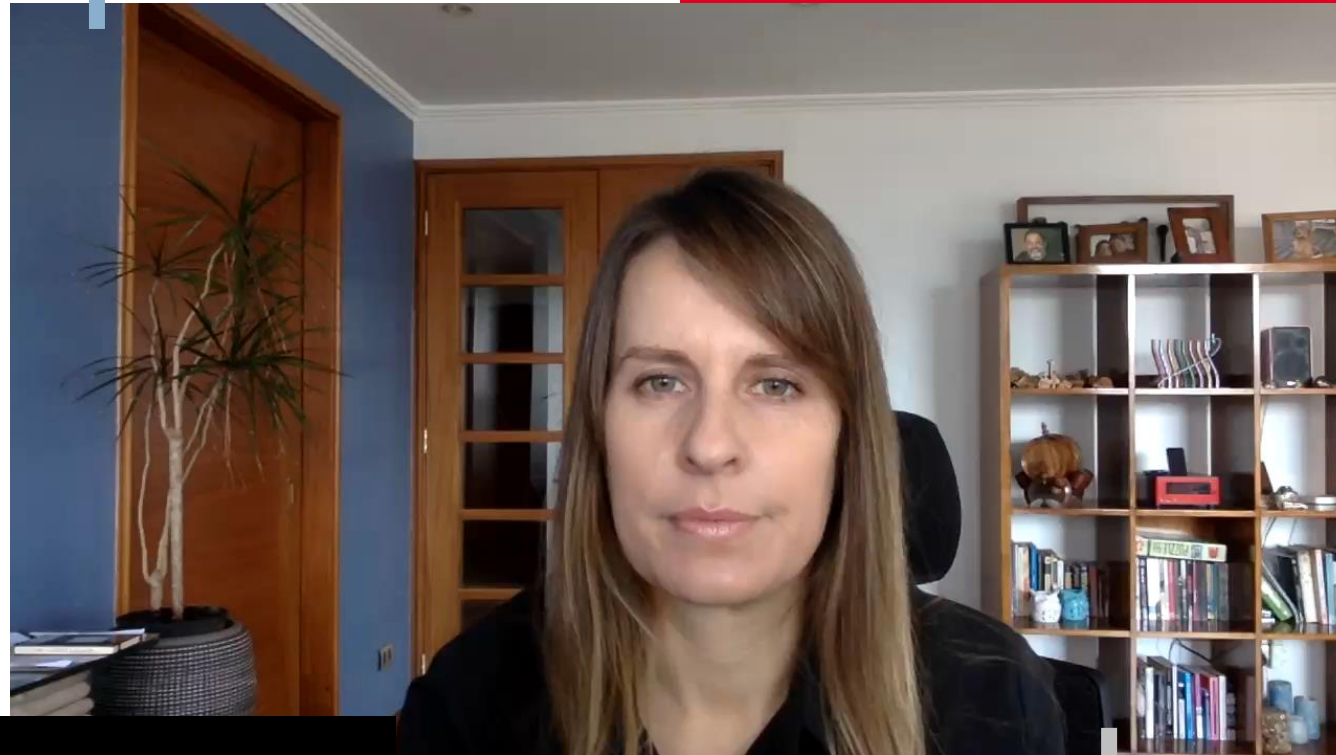
- Hay cada vez más procesos en paralelo
- Los equipos internos requiere mayor especialización
- Asociaciones más estratégicas con partners
- Un vendedor *challenger*
- Necesitamos colaboración y un equipo multidisciplinario



ECOSISTEMA

TECNOLOGÍA

B2B2C



www.easycanCHA.cl



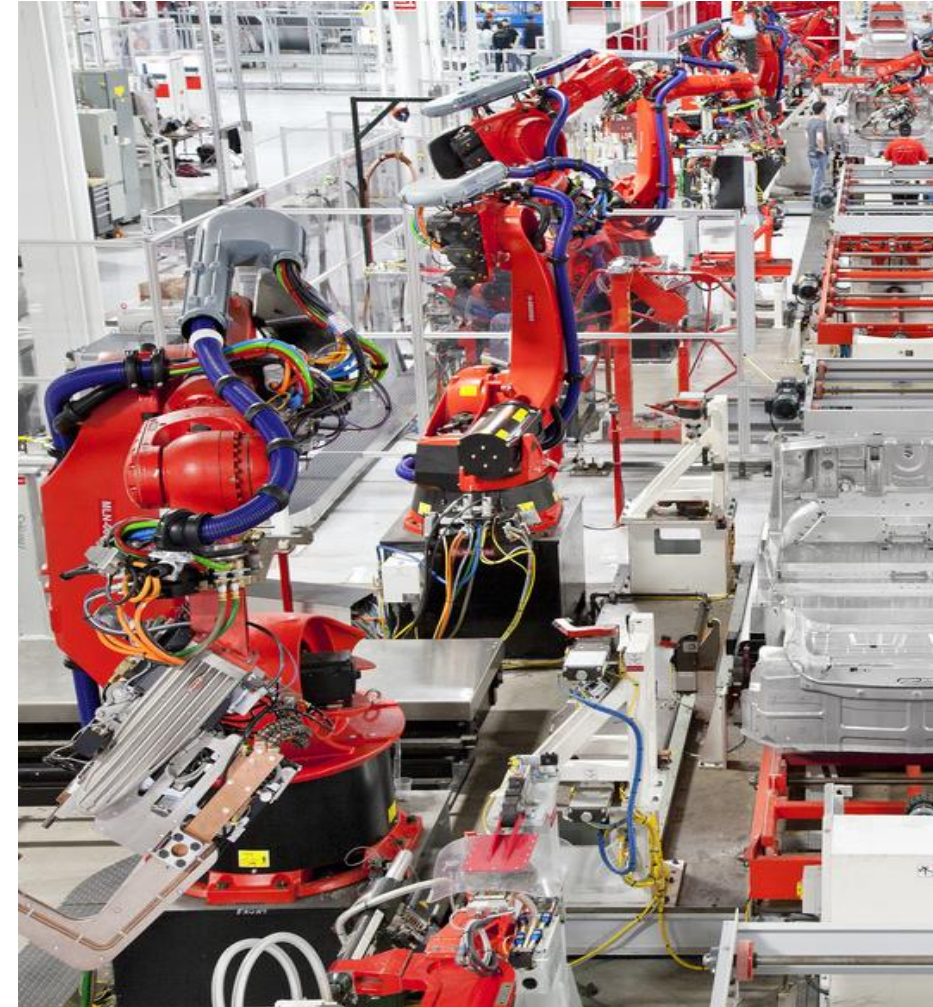
Daniela Baytelman
Co-Fundadora y CEO

ECOSISTEMA

TECNOLOGÍA

B2B2C

- La venta B2B ha evolucionado desde un arte a una ciencia
- Hay una necesidad imperativa de ser más eficientes
- Los compradores son más tech savvy y están conectados a los canales digitales con acceso a toda la información



ECOSISTEMA

TECNOLOGÍA

B2B2C



www.wholemeaning.com

Alejandro Feuereisen
Fundador y CEO

50 correos

Diarios recibe un ejecutivo de venta

40% oportunidades

De negocio sin respuesta por parte del ejecutivo de venta

Si demoras en dar una primera respuesta a oportunidades de venta, la probabilidad de cierre cae a menos del 20%

ECOSISTEMA

TECNOLOGÍA

B2B2C

- La competencia es cada vez más agresiva, la diferencia de productos es limitada y los márgenes cada vez más estrechos
- El comprador actúa como consumidor y es más demandante.
- Las instancias de comunicación son más escasas, lo que requiere mayor asertividad en los mensajes
- Todo esto se traduce a fuerte tendencia al Customer Centric



ECOSISTEMA

TECNOLOGÍA

B2B2C



COLEGIUM

Ariel Gringaus
CEO

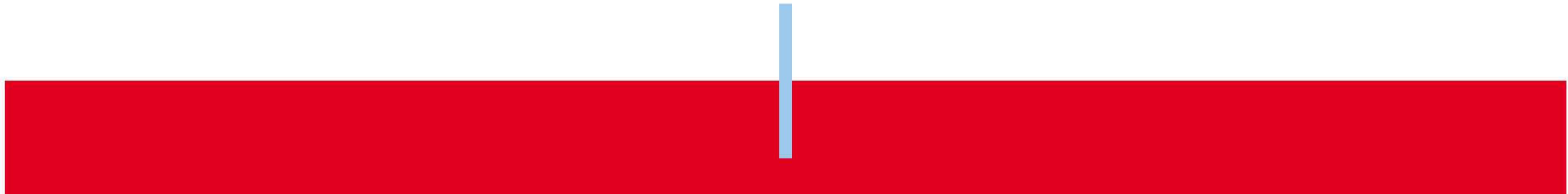


**CONSTRUIR
UN ECOSISTEMA**

**INTEGRAR CON
LA TECNOLOGÍA**

**CONECTAR
EL B2B2C**

WE DREAM. WE DO



**LO QUE PODEMOS
APRENDER
DEL B2B**

Ari Bermann

Vicepresidente Comercial
y Desarrollo de Negocios Sudamérica,
de Aramark