

WAS UNTERSCHIEDET DEN BUSINESSKUNDEN VOM ENDVERBRAUCHER?

Die Wirtschaftswissenschaft benennt die Verbindung der Begriffe Bedürfnis, Bedarf und Nachfrage als grundlegende Auslöser jeder wirtschaftlichen Handlung.

Auf Seiten der Konsumenten, also im Bereich des B2C-Geschäfts, unterscheidet man die sogenannten Individualbedürfnisse, die wiederum anhand ihrer Dringlichkeit in Existenzbedürfnisse und Wahlbedürfnisse unterteilt werden. Bei letzteren wird wiederum zwischen Kulturbedürfnissen und Luxusbedürfnissen unterschieden. Für das B2C-Geschäft ist der tatsächliche Bedarf, der sich aus dieser unendlichen Zahl an Bedürfnissen entwickelt, von eigentlichem Interesse, da aus ihm eine konkrete Nachfrage erwächst, die von zahllosen Unternehmen bedient wird.

Unternehmen, also die Ansprechpartner im B2B-Geschäft, sind nicht vollständig mit Individuen gleichzusetzen. Auch hier finden sich Bedürfnisse, die jedoch präziser eingeteilt werden müssen, als dies bei den Individualbedürfnissen der Fall ist. Eine Varianten der Unterteilung, in Anlehnung an die Maslowsche Bedürfnispyramide, unterscheidet in Unternehmen, in Reihenfolge ihrer Relevanz:



Jede dieser Bedürfnisstufen kann in einem Unternehmen einer oder mehreren Abteilungen zugeordnet werden.