



Sociální vliv

Jak využít náš přirozený sklon ohlížet se
na to, co si myslí a co dělají ostatní.

Úvod do behaviorální alchymie v B2B

B·inside

Sociální vliv

Jak funguje?

Jsme společenší tvorové, a tak si všímáme rozhodnutí ostatních a napodobujeme je.

Nápodoba ostatních nám pomáhá

- zapadnout do skupiny
- dělat to, co je správné a „normální“ (protože to dělají ostatní)
- ušetřit si práci

Jak to může v praxi vypadat?

Na poradě vedení přijde na přetřes nedávný výzkum rozšíření e-shopů na B2B trzích. Vy e-shop nemáte, vždyť máte jen několik velkých klientů, pro které tvoříte produkty na míru. Vedoucí IT oddělení ale e-shop prosazuje: „Vždyť ho mají skoro všichni, tak proč ne my?“ Nakonec se rozhodnete e-shop také spustit, vždyť to musí dávat smysl, jinak by ho tolik jiných firem zoboru nemělo.

... a to vše na nás působí, aniž si to uvědomujeme.

B·inside

Sociální vliv

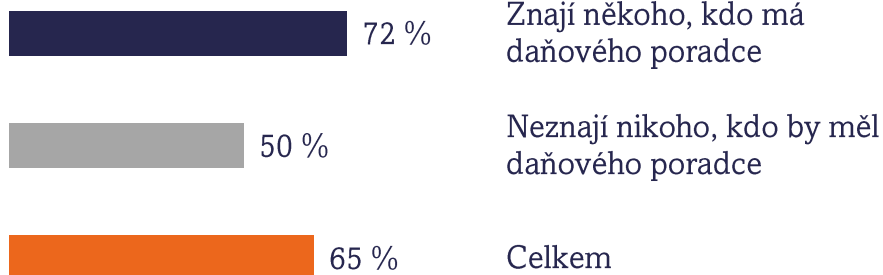
Případová studie

Proč podniky využívají služeb daňových poradců?

V průzkumu mezi českými podniky se ukázalo, že jedním z nejsilnějších faktorů, které hrají roli v tom, zda firma bude či nebude využívat daňového poradce, je sociální vliv.

Ti, kteří osobně znají někoho, kdo tyto služby využívá, mají svého daňového poradce v 72 % případů. Ti, kteří nikoho takového neznají, využívají daňového poradce pouze v 50 % případů. A faktory jako velikost podniku, složitost daní či potřeba mít daně v pořádku, nehrají tak důležitou roli.

% podniků, které využívají daňového poradce



Zdroj: B-inside (2018)

Jak využít **sociální vliv** v B2B marketingu a obchodě?

1

Pracujte efektivně s referencemi

Ukažte, kolik zákazníků s vámi již pracuje a jak jsou spokojení. Používejte referenční loga, slovní pochvaly, case studies či video-reference. Dejte referencím příběh.

2

Používejte pozitivní sociální schválení

Vyčíslete a komunikujte svá „nej“. Používejte konkrétní čísla (6 500 zákazníků), celkové nebo dílčí tržní podíly (největší dodavatel v zemědělství) nebo zacílení na potřeby (nejlepší řešení pro firmy, které potřebují zefektivnit firemní procesy).

3

Mějte své ambasadory i v B2B

Mějte své ambasadory, ať už mezi vlivnými zákazníky, kapacitami v oboru nebo vlastními zaměstnanci. Budujte okolo své značky komunitu nadšených uživatelů.

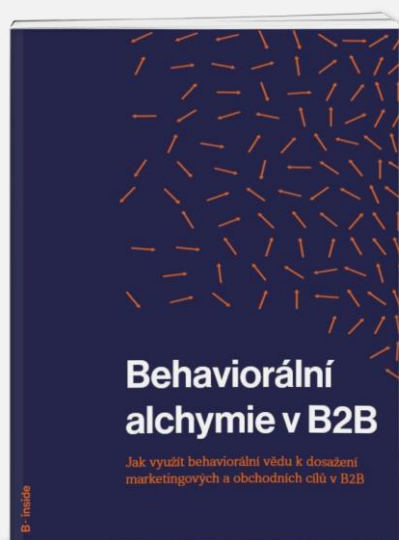
4

Pracujte s trendy

Pracujte s trendy - jsme nejrychleji rostoucí dodavatel, zvolilo si nás nejvíce nováčků na trhu, každý rok máme o XY zákazníků více...

Chcete vědět více?

Další vhledy, inspiraci a tipy do praxe najdete
v knize Behaviorální alchymie v B2B



138 stran

10 klíčových behaviorálních principů v B2B

10 případových studií z českého B2B prostředí

38 konkrétních tipů na využití principů v praxi

38 konkrétních ukázek a inspirativních řešení

Návod na interní behaviorálně marketingový audit

890 Kč / 490 Kč

Tištěná kniha / Elektronická kniha

Ukázkovou kapitolu i celou knihu
si můžete objednat na adrese:

www.b-inside.cz/behavioralni-alchymie

B·inside

B·inside

Jsme výzkumníci a poradci specializující se na B2B trhy. Pomáháme manažerům rozhodovat se správně, na základě spolehlivých dat. V našich projektech jdeme pod povrch.

Nespokojíme se s racionalizacemi, ale hledáme skutečné motivy, příčiny a souvislosti.

Pomohli jsme už stovkám firem a klienti se k nám rádi vrací. Vědí, že u nás najdou odpovědi na své otázky.

Pomohli jsme už stovkám firem



Ozvěte se nám a nechte se inspirovat!

B-inside s. r. o. | Praha | Brno | Zlín | info@b-inside.cz | www.b-inside.cz