



команда роста на аутсорсе
для системного улучшения ключевых метрик

Сравнение B2C и B2B воронок продаж: отличия и особенности

Критерий	B2C-воронка (например, продажа одежды)	B2B-воронка (например, внедрение ПО)
Длина цикла	Короткий (от минут до дней)	Длинный (от недель до месяцев)
Принятие решения	Часто импульсивное, эмоциональное	Рациональное, взвешенное, основанное на ROI
Число участников	Обычно 1 человек	Несколько ЛПР (лиц, принимающих решение)
Ключевой контент	Отзывы, фото, акции, обзоры	Кейсы, вебинары, техническая документация, КП
Стоимость лида	Относительно низкая	Высокая

Больше интересного в нашем блоге



развивайте бизнес-мышление с нашими исследованиями

Получить пользу

