

B2B 與B2C 內容行銷的差異

	B2B 內容行銷	B2C 內容行銷
購買目的	客戶注重ROI，內容宜強調工作效率和專業知識等相關訊息	客戶要的是娛樂和划算的方案，內容需要更有趣
購買動機	客戶受合理性和財務數字所驅動，故內容需符合邏輯、理性	客戶容易受當下閱讀時的情緒所驅動，造成衝動購買
對資訊的渴望	客戶想在專業領域上被教育	客戶可以接受被教育，但購買決定不必然受其影響
購買流程	客戶如有興趣，傾向於與銷售人員直接互動，完成購買	客戶喜歡直接購買，不需與銷售人員互動
參與購買決定的人	在做出購買決定之前，客戶會與決策者及內部其他成員進行商談	客戶較不需要與其他人協商後，才能做出購買決定