

Customer journey B2B. Esperienze di acquisto migliori e omnicanale

1. Ripensare il modello di shopping online

2. Conoscere le preferenze dei clienti in modo dettagliato

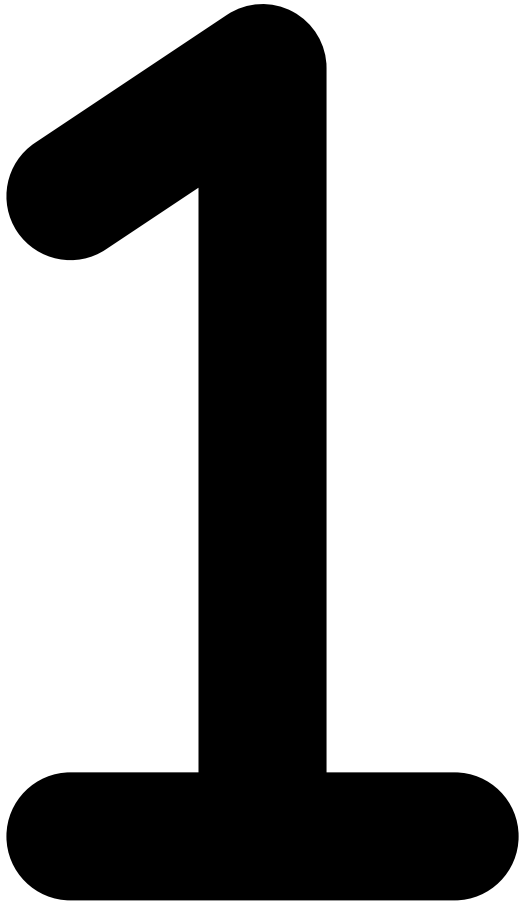
3. Approccio omnicanale alla *customer experience*



Come garantire nella *customer journey* B2B la **velocità** e la **personalizzazione** necessaria per offrire esperienze di acquisto migliori e incrementare le vendite?

Di certo è necessario conoscere in modo approfondito le proprie Buyer Personas, ma è fondamentale anche seguire le tendenze emerse e sapere agire in un **mondo ormai omnicanale**.

Ecco alcuni punti fondamentali della *customer journey* B2B.



Ripensare il modello di shopping online

Tra chi ha già investito e chi intende farlo nei prossimi mesi, le **piattaforme di e-commerce** sono una delle **priorità principali** in relazione agli investimenti tecnologici.



Conoscere le preferenze dei clienti in modo dettagliato

La volontà delle aziende è offrire un'esperienza di acquisto ibrida B2B e B2C, ma la difficoltà maggiore è proprio la personalizzazione. In questa direzione infatti gli utenti richiedono una **customizzazione di: *customer journey, contenuti e ricerca*** nell'e-commerce.

3

Approccio omnicanale alla *customer experience*

Come affrontare un approccio omnicanale dei propri clienti? Con l'Intelligenza Artificiale.

L'uso dell'AI e l'elaborazione dei dati servono infatti per comprendere e prevedere i comportamenti delle Personas su tutti i canali di *engagement*.

Per saperne di più e analizzare i dati sulla *customer journey* B2B, scarica la nostra infografica!

SCARICA L'INFOGRAFICA

