

25 июля 2023

Как улучшить пользовательский опыт в B2B онлайн-каналах без больших вложений

B2B-компании теряют клиентов и деньги, потому что не уделяют должного внимания онлайн-каналам: сайтам, B2B-порталам или интернет-магазинам. Сложная регистрация, непонятные описания, отсутствие техподдержки и другие трудности приводят к негативному пользовательскому опыту. В итоге такие неудобства отталкивают покупателей, и они делают выбор в пользу более клиентоориентированных конкурентов.



Кристина Барзаковская,
директор по продукту Sellty

О том, как избежать оттока клиентов с B2B онлайн-площадок и улучшить пользовательский опыт, рассказывает Кристина Барзаковская, директор по продукту Sellty.

ОРИЕНТИРУЙТЕ ОНЛАЙН-КАНАЛ ПОД ЗАПРОСЫ РАЗНЫХ ТИПОВ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

Проблема: в B2C-сегменте чаще всего один и тот же человек принимает решение о покупке, оплачивает и получает товар. В B2B же каждый шаг процесса совершения заказа может включать разных людей и отделы компании. Такая особенность требует от бизнеса удовлетворения уникальных интересов, предпочтений и потребностей, чтобы обеспечить удобство и доступность информации для любого пользователя.

Как это сделать: создавайте персонализированный контент и адаптируйте его под конкретные потребности пользователей, внедрите личные профили, настройте отображение индивидуальных цен и условий под каждого контрагента, уведомления в процессе покупки и так далее. Хорошим решением будет реализовать многопользовательский доступ для того, чтобы разные отделы компании имели возможность работать над заказом внутри одного кабинета, отличаясь лишь уровнем прав.

Результат: эти шаги упростят работу на вашей онлайн-площадке и повысят эффективность процесса. Вы расширите целевую аудиторию онлайн-канала, удовлетворив потребности различных типов пользователей. Это может привести к увеличению продаж и укреплению позиций в B2B-сегменте. Более того, специализированный инструмент самообслуживания для оптовых клиентов позволит выйти на новые рынки без гигантских затрат.

ОБЕСПЕЧЬТЕ БЫСТРУЮ И ЭФФЕКТИВНУЮ ПОДДЕРЖКУ КЛИЕНТОВ

Проблема: в B2B и B2C-сферах клиенты в процессе покупки могут сталкиваться с проблемами и вопросами, которые требуют оперативного решения или консультации. Однако они не всегда получают необходимую поддержку вовремя. Например, в силу ограниченного ресурса менеджеров, отсутствия ответственного за коммуникацию или банально из-за разницы часовых поясов покупателя и бизнеса.

При этом клиенты в B2B-секторе имеют более специфические требования, а их проблемы непосредственно касаются вопросов дохода или бизнес-процессов. Поэтому несвоевременное решение запросов клиентов может иметь серьезные последствия для бизнеса, такие как потеря дохода, задержки в проектах или утрата доверия покупателей.

Как это сделать: предоставьте различные каналы связи для коммуникации с клиентами. Например, онлайн-чаты, мессенджеры, социальные сети, чат-боты, электронная почта или телефон. Обучите своих сотрудников, чтобы они могли оперативно отвечать на вопросы и решать проблемы клиентов.

Результат: быстрая и эффективная поддержка клиентов улучшит опыт использования платформы, уменьшит время на разрешение возникающих проблем. Это поможет повысить лояльность и приведет к повторным

покупкам.

СДЕЛАЙТЕ КЛИЕНТОВ ВАШИМИ ГЛАВНЫМИ СОЮЗНИКАМИ

Проблема: пренебрежение мнением и обратной связью корпоративных клиентов об онлайн-канале может привести к потере ценных партнеров и упущению возможностей для улучшения продуктов и услуг. Многие клиенты хотят рассказать о своих потребностях и ожиданиях, и их активное участие в процессе развития бизнеса может значительно повысить уровень удовлетворенности и лояльность.

Как это сделать: активно собирайте отзывы и мнения пользователей о вашей платформе. Проходите с клиентами весь путь от первого посещения сайта и регистрации до оформления заказа. Учитывайте их комментарии и предложения при внесении улучшений. Это позволит вам лучше понять потребности клиентов и создать первоклассный пользовательский опыт.

Результат: постоянное взаимодействие с клиентами и внимание к их мнению поможет улучшить платформу с точки зрения пользовательского опыта. Это повысит удовлетворенность клиентов и укрепит их привязанность к бизнесу.

СДЕЛАЙТЕ ИНФОРМАЦИЮ О ТОВАРАХ ПОНЯТНЕЕ И ДОСТУПНЕЕ

Проблема: навигация на B2B онлайн-каналах может быть запутанной, а информация – объёмной и сложной. Это затрудняет взаимодействие пользователя с вашей онлайн-площадкой.

Как это сделать: упростите структуру навигации и предоставьте ясную и понятную информацию о ценах, персональных условиях, инструкциях по использованию и контактных данных. Обратите внимание на простоту восприятия и доступность информации для пользователей.

Результат: пользователи смогут легко находить необходимую информацию, что снизит показатели отказов и повысит время взаимодействия с вашим онлайн-каналом.

ИСПОЛЬЗУЙТЕ СИЛУ СОЦИАЛЬНЫХ ДОКАЗАТЕЛЬСТВ

Проблема: корпоративные клиенты сталкиваются с высоким уровнем риска при принятии решения о новом сотрудничестве. Часто они хотят убедиться в надёжности компании еще до начала работы, однако не имеют доказательств качества продуктов или услуг. Клиентов это приводит к сомнениям и неуверенности, затрудняющим процесс принятия решения, а бизнес — к



потере потенциальных покупателей, которые предпочтут обратиться к конкурентам с более убедительной информацией.

Как это сделать: размещайте положительные отзывы, рекомендации, успешные кейсы, а также предоставляйте сертификаты и декларации, подтверждающие вашу компетентность и надежность.

Результат: социальные доказательства могут свидетельствовать о том, что компания является квалифицированным и надежным партнером для сотрудничества. Это может повысить уверенность клиентов в принятии решения о сотрудничестве и стимулировать их к действию, увеличивая вероятность совершения покупки или заключения сделки.

ПРЕДОСТАВЬТЕ ОБУЧАЮЩИЙ КОНТЕНТ

Проблема: в B2B-сфере продукты или услуги часто требуют дополнительных пояснений для понимания их свойств и принципов работы. Без достаточного количества обучающего контента корпоративные клиенты могут столкнуться с трудностями при совершении покупки, что может привести к разочарованию и недовольству.

Как это сделать: создайте полезные руководства, инструкции или видео, которые помогут пользователям получить максимум от вашего продукта или услуги.

Результат: при помощи обучающего контента пользователи быстрее разберутся в особенностях вашего продукта или услуги. Образовательные материалы помогут снизить нагрузку на службу поддержки, поскольку клиенты будут более самостоятельны.

АНАЛИЗИРУЙТЕ И ПРИНИМАЙТЕ РЕШЕНИЕ НА ОСНОВЕ ДАННЫХ

Проблема: часто руководители при принятии решений опираются на личные ощущения или экспертизу одного-двух сотрудников. Такой подход может привести к неоправданным рискованным инвестициям, неэффективному расходованию бюджета и замедлению роста компании. Эффективнее принимать решения, которые основываются на анализе сухих цифр о вашем бизнесе и пути клиента.

Как это сделать: анализируйте данные о пользовательском поведении, просмотрах страниц, конверсиях и других метриках, чтобы понять, как пользователи взаимодействуют с вашей платформой и что можно улучшить. Используйте аналитические инструменты, такие как Яндекс.Метрика, Google Analytics, Roistat или другие средства, чтобы получить ценную информацию о поведении клиентов.

Результат: принимая решения на основе аналитических данных, компания может достичь повышения [эффективности бизнес-процессов](#), снижения

затрат, улучшения качества продукта/услуги и увеличения прибыли. В B2B-сфере анализ данных помогает определять наиболее выгодных клиентов и оптимальные точки контакта с ними, а также прогнозировать изменения на рынке, что позволяет компании быстро реагировать и приспосабливаться к ситуации.

Внедрение этих подходов поможет увеличить удовлетворенность клиентов, укрепит позиций бизнеса и повысит конкурентоспособность в B2B-сегменте. [Исследование McKinsey](#) подтверждает, что оперативная поддержка клиентов, персонализированный подход и использование аналитики — перспективные направления развития B2B-отрасли.

Даже небольшие шаги в улучшении пользовательского опыта могут иметь значительные положительные результаты для вашего бизнеса.

