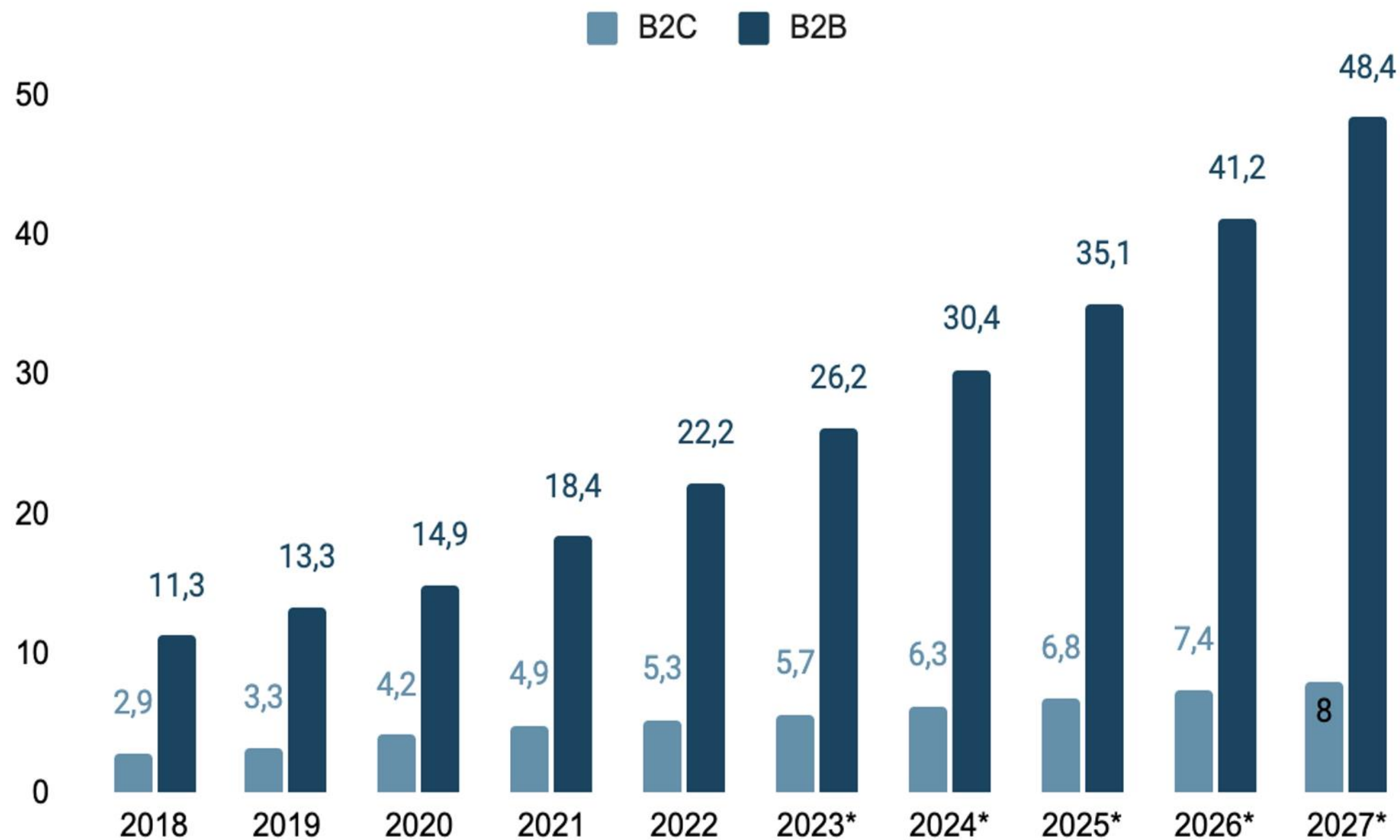


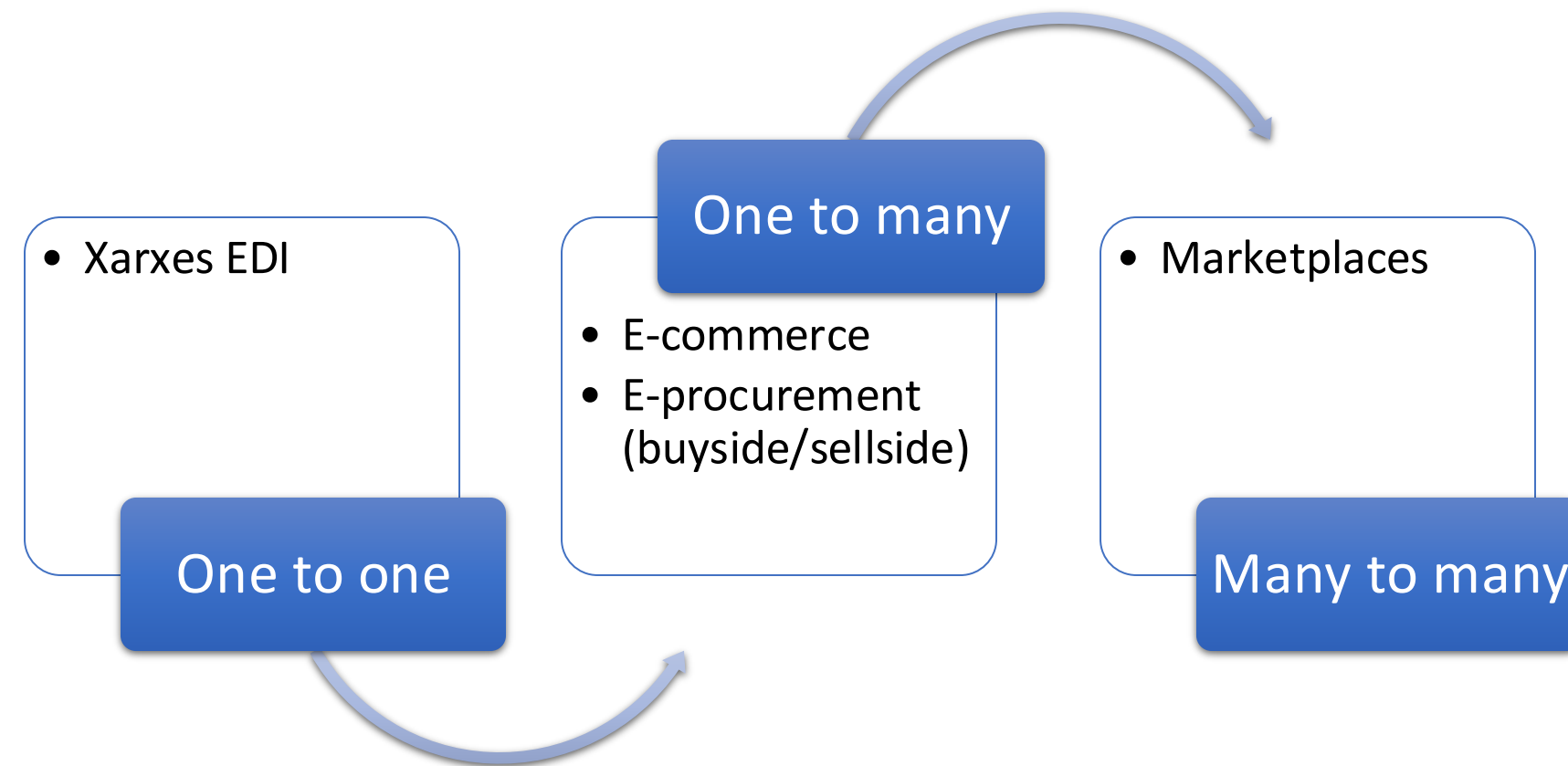
Les claus del B2B online internacional: estratègies digitals per conquerir nous mercats

El Ecommerce B2B creix



Statista: Revenue in USD trillions Ecommerce B2B vs B2C

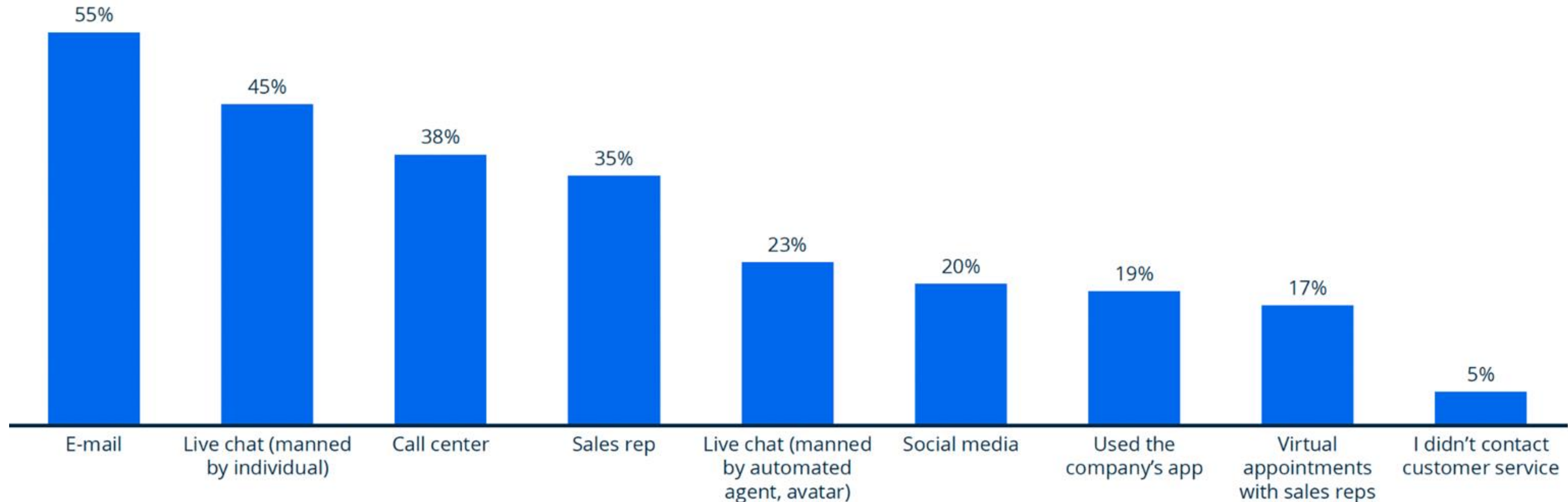
Models de B2B



driver de l'evolució: com ens relacionem

Comprador B2B omnicanal

Preferred customer service touchpoints⁽¹⁾ of B2B buyers, in %



Sources: The Digital Commerce 360; Forrester Research Inc. B2B Buyer Survey 2023

Alguna de les claus



Alguna de les claus

1. Coneixement profund dels nostres clients i personalització:

- Les empreses B2B han de conèixer a fons les necessitats dels seus clients i oferir experiències altament personalitzades, utilitzant dades per adaptar missatges i ofertes a cada client.
- Crear contingut i campanyes específiques per als clients més rellevants, millorant la conversió i la retenció.

2. Automatització i digitalització dels processos:

- La implementació d'eines d'automatització de màrqueting i de gestió de relacions amb el client facilita la segmentació, el seguiment de leads i la comunicació personalitzada, optimitzant el procés de venda i millorant l'eficiència.
- Automatitzar tasques repetitives (enviament d'emails, gestió de campanyes, segmentació) permet centrar esforços en accions de més valor afegit.
- També podem automatitzar, amb l'ús de la IAG, resposta a les preguntes més habituals dels clients (per qualsevol canal, incloent text o veu), la preparació d'ofertes o la recepció de comandes.

Alguna de les claus

3. Màrqueting de continguts i lideratge de pensament:

- Crear i distribuir contingut rellevant (whitepapers, casos i estudis, webinars, blogs tècnics) posiciona l'empresa com a referent del sector i genera confiança entre clients actuals i potencials.
- El contingut ha de centrar-se en els avantatges pràctics per al client, més que en les característiques del producte, destacant el ROI i la resolució de problemes concrets.

4. Optimització per a motors de cerca (SEO) i visibilitat online:

- Adaptar l'estratègia SEO amb paraules clau específiques del sector i termes tècnics utilitzats pels professionals del mercat existent augmenta la visibilitat i atrau trànsit qualificat.
- Participar en marketplaces B2B rellevants (hi ha verticals i transversals) pot ampliar l'abast i facilitar la captació de nous clients dins del mateix mercat o de nous mercats (també facilita provar en nous mercats).

Alguna de les claus

5. Experiència de client i servei postvenda:

- L'experiència del client ha de ser excel·lent des de la primera interacció fins a la postvenda, amb processos digitals àgils, atenció personalitzada i resposta ràpida a les necessitats.
- Una bona coordinació entre màrqueting i vendes, també amb logística, és clau per oferir una experiència coherent i satisfactòria.

6. Mesura, optimització i adaptació contínua:

- Monitoritzar el comportament dels usuaris, fer proves A/B i optimitzar constantment els processos de conversió (CRO) permet aprofitar al màxim el tràfic i millorar la rendibilitat de la plataforma online.
- L'ús d'indicadors clau (KPIs) i l'anàlisi de dades permeten ajustar ràpidament l'estratègia segons l'evolució del mercat i les necessitats dels clients.

I per nous mercats?



I per nous mercats?

1. Coneixement profund del mercat objectiu i dels canals de distribució:

- Recerca de mercats: normativa, competidors, necessitats locals.
- Definició de buyer personas per país.
- Anàlisi cultural i de comportament de compra.

2. Localització vs. Traducció:

- Adaptar la web i el B2B online, missatges i materials comercials a cada idioma i context.
- Implementar SEO localitzat (paraules clau, metadades, continguts).
- Imatges, referències i testimonis locals.

3. Presència digital internacional:

- Web multilingüe i optimitzada per UX/UI global.
- Participació en marketplaces B2B globals i nacionals.
- Presència en directoris i portals especialitzats.

I per nous mercats?

4. Captació de leads digitals:

- Estratègies d'Inbound Marketing amb continguts adaptats per país.
- Social selling a LinkedIn: prospecció i connexions rellevants.
- Campanyes d'ads segmentades per idioma, territori i perfil professional.

5. Automatització i CRM (o millor CRO):

- Implementació de CRM/CRO global per gestionar contactes i oportunitats.
- Automatització de seguiment, nutrició de leads i email marketing.
- Integració amb eines d'analítica i gestió comercial.

6. Generar confiança i reputació

- Casos d'èxit locals i proves socials.
- Participació en fires internacionals (presencials i digitals).
- Opinions de clients, certificacions i reconeixements.

I per nous mercats?

7. Logística i postvenda adaptada

- Processos d'enviament i devolució per mercat.
- Sistemes de pagament locals i multimonedas.
- Suport tècnic i atenció al client multilingüe.

8. Analítica i millora continua

- KPIs per mercat: cost per lead, taxa de conversió, retenció.
- Test A/B per països: landing pages, missatges, creatives.
- Aprendre i iterar segons resultats reals.

Conclusions

- El B2B internacional online requereix estratègia, adaptació i tecnologia.
- Tenir una visió centrada en el client local i una execució global.
- Permet escalar i obrir nous mercats amb més facilitat i possibilitats d'èxit.
- A més de fidelitzar, incrementar negoci i reduir costos operatius amb els clients actuals.

En resum, les claus per consolidar i fer créixer el teu B2B online en mercats actuals o mercats nous són, entre d'altres, la **personalització**, l'**automatització**, el **contingut de valor**, la **visibilitat digital**, l'excel·lència en l'**experiència de client** i la **millora contínua** basada en **dades**, a més de ser excel·lents en **producte i servei**.

Cas pràctic - Fluidra