

# 4 Recursos Essenciais em um E-Commerce para a Venda B2B





# Dê Adeus aos Sistemas Ultrapassados e Olá a uma Experiência de Compra Moderna

Dizer adeus nunca é fácil, especialmente quando se trata de um sistema que a sua organização usa há anos. Mesmo que seja difícil romper os laços históricos com esses sistemas bem conhecidos e adotados, eles simplesmente não servirão para entregar o que seus clientes precisam hoje.

Como muitos desses sistemas foram construídos internamente ou foram aproveitados de sistemas existentes de CMS ou ERP, eles não possuem os recursos necessários para atender às necessidades do consumidor moderno.

Mas provavelmente você já sabe disso. É por isso que você está aqui, não é mesmo?

Provavelmente você também deve saber que para os vendedores B2B reterem clientes e sobreviverem em meio às mudanças nas necessidades da indústria, você deverá começar a procurar por uma solução de ecommerce moderna que seja capaz de empoderar seu negócio para tornar a [experiência do cliente seu principal diferenciador de marca](#).



# O Que Está Causando a Mudança?

## EXTERNO

**Impacto da COVID-19:** A pandemia foi um grande catalisador para muitas empresas B2B. A maneira usual de fazer negócios foi interrompida, mas as empresas que adotaram uma estratégia digital agora já têm uma vantagem.

**Mudança nos Clientes B2B:** 59% de todos os compradores B2B são *millennials* e quase 30% deles são compradores líderes em suas organizações. Esse nativos digitais esperam ter experiências de e-commerce sem esforço, mesmo ao fazer uma compra B2B.

**Marketplaces B2B Online:** Os negócios e a consolidação da Amazon na indústria tornam a competição por market share e a retenção de clientes ainda mais difícil, especialmente para os setores de eletrônicos, autopeças e indústrias no geral.



**Organizações B2B estão enfrentando pressão dos dois lados para entregar melhores experiências.**

## INTERNO

**Direção Estratégica de C-levels:** Líderes digitais experientes entendem essa necessidade e estão direcionando a mudança digital nas suas organizações.

**Necessidade de Transformação Digital:** As empresas estão maximizando a eficiência e ganhando maior vantagem competitiva através de tecnologias avançadas e estratégias digitais.

**Oportunidade de Competir:** Como muitos no setor estão ficando para trás, há uma grande oportunidade para as empresas que entregarem experiências do cliente superiores para ganharem vantagem competitiva.





# O Que Buscar Ao Substituir um Sistema Legado

Você sabe que está na hora de seguir em frente, mas a pergunta é: o que você realmente precisa do seu próximo possível fornecedor?

Quando você estiver considerando soluções, deverá focar nessas **4 capacidades fundamentais de um sistema moderno de e-commerce:**

- 1** Autoatendimento para Gerenciamento de Conta
- 2** Gestão de Pedidos
- 3** Experiência de Compra
- 4** Experiência de Conteúdo de Produtos

Vamos nos aprofundar em cada um desses elementos.





# 1

## Autoatendimento para Gerenciamento de Conta

Os consumidores querem liberdade. No mundo cada vez mais “faça você mesmo”, “procure no Google e salve nos favoritos”, os clientes estão acostumados a encontrar soluções sozinhos. Consumidores não só querem, mas esperam gerir suas tarefas de contas sem ter que entrar em contato com seu gerente de contas ou alguma equipe de *customer success*.

Quando consumidores conseguem lidar com tarefas mais simples, como configurar suas contas, acessar contratos e faturas, além de gerir usuários, funções e workflows de compra totalmente a partir de um canal digital, ou com o [autoatendimento](#), eles encontram a liberdade que desejam. Além disso, podem utilizar seu tempo para cuidar de atividades mais importantes.

# Autoatendimento para Gerenciamento de Conta em Ação

## SITUAÇÃO:

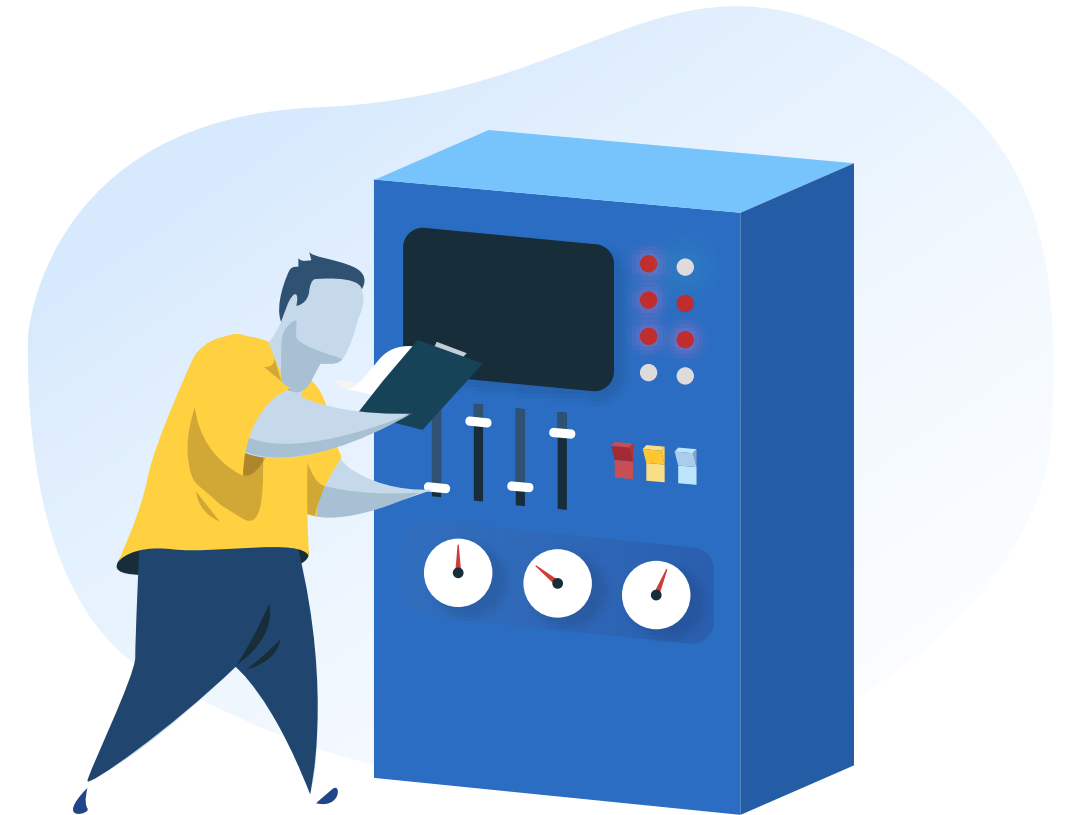
**Uma fábrica precisa de acesso a um manual imediatamente.**

Uma fábrica de 3.000 funcionários na Itália utiliza um maquinário de triagem especializado, comprado há cinco anos. Um dos principais componentes para de funcionar e apresenta um código de erro piscando, no meio da noite, durante um frenesi de 24 horas para atender um pedido. O líder de Engenharia está confiante que pode consertar o problema, mas precisa saber o que o código de erro está dizendo a ele. A empresa não pode esperar que seu gerente de contas fique online, eles precisam ter acesso ao manual, rápido.

## SOLUÇÃO:

**Eles conseguem fazer o download através de um portal de autoatendimento, sem a necessidade de enviar um email ao gerente de contas.**

Por sorte, o fabricante da máquina utiliza recursos de autoatendimento em seu site e o líder de Engenharia pode rapidamente navegar pelo site para encontrar e baixar o manual que precisa, sem precisar entrar em contato e acordar o seu gerente de contas.







## 2 Gestão de Pedidos

Preste atenção onde o seu time de vendas passa a maior parte do seu tempo. Eles estão usando seu tempo estrategicamente para construir um relacionamento com os clientes? Ou para executar e gerir pedidos?

Em vez de gastar tempo com tarefas manuais, a gestão de pedidos pode ser automatizada e simplificada para que cada passo do processo de cumprimento, desde a separação de pedidos até o rastreamento de remessas, seja feito por uma solução digital. Seu time de vendas não precisa mais ser um recebedor de pedidos, ele agora tem tempo para ser um verdadeiro consultor dos clientes.

Mas a automação não ajuda apenas a equipe de vendas! Uma gestão de pedidos eficiente também ajuda os consumidores a acelerarem seu processo de compra, através de funcionalidades como preço de contrato, pedidos em massa e repetição de pedidos. Tornar o processo mais fácil e rápido para os compradores significa que eles passam menos tempo tentando entender como fazer um pedido e mais tempo executando tarefas críticas para seu trabalho.

## Gestão de Pedidos em Ação

### SITUAÇÃO:

**Uma empresa de varejo perde tempo fazendo o mesmo pedido repetidamente.**

Um grande varejista de suprimentos de animais na Austrália faz pedidos mensais ao fabricante. Apesar da chefe de compras fazer o mesmo pedido todo mês, ela precisa passar por todo o processo de encontrar todos os itens que precisa e adicioná-los um por um ao carrinho, já que não existe uma maneira simples de automatizar essa tarefa.

### SOLUÇÃO:

**O comprador pode acelerar o processo de compra com a função de comprar novamente.**

O fabricante atualizou seu e-commerce e incluiu recursos de recompra. Isso significa que a chefe de compras pode ver facilmente o histórico de pedidos, e agora com apenas alguns cliques realizar o mesmo pedido de novo, sem precisar repetir o mesmo processo de novo e de novo a cada mês.







# 3 Experiência de Compra

Se a gestão de compras trata de como os clientes pedem e recebem suas compras, então a experiência de compra é tudo que acontece antes de chegar nessa etapa.

As experiências de compra B2B já são complicadas por si só. Requisitos únicos, diversos stakeholders, contratos customizados. E essa experiência muitas vezes torna-se ainda mais difícil graças a complicados sistemas e pobre experiência do usuário.

Os clientes B2B querem simplificar o processo de compras: encontrar os produtos que precisam para concluir a compra rapidamente e continuar com suas outras tarefas.

Para simplificar toda a experiência, os vendedores precisam considerar:



Entregar experiências personalizadas para clientes baseadas em seus contratos e requisitos específicos



Customizar informações e catálogos de acordo com contratos, regiões e produtos disponíveis



Simplificar a busca para que os clientes possam facilmente ver que produtos estão disponíveis

# Experiência de Compra em Ação

## SITUAÇÃO:

**Uma fabricante tem dificuldade em exibir conteúdo regional e catálogo para o distribuidor correto.**

Apesar desta fabricante de máquinas atender mais de 50 distribuidores nos Estados Unidos, ela oferece produtos únicos que estão disponíveis apenas em algumas regiões. Mas ela nunca conseguiu achar uma maneira eficiente de exibir quais produtos estão de fato disponíveis para cada distribuidor, dificultando o entendimento sobre o que de fato cada um deles pode comprar.

## SOLUÇÃO:

**Experiência de compra é personalizada por conta e por região.**

Com um site de e-commerce moderno, a fabricante agora pode oferecer aos seus distribuidores uma experiência personalizada que irá exibir dinamicamente produtos e conteúdos relevantes para cada região e conta.







# 4 Experiência de Conteúdo de Produtos

No final das contas, os clientes estão mais preocupados em realizar as compras corretamente. Seus trabalhos dependem disso.

Os vendedores podem ajudar seus clientes a realizar as compras corretas ao oferecer conteúdos detalhados e úteis sobre produtos na mesma plataforma em que eles realizam as compras. Conteúdos como documentação avançada, conjuntos de dados, vídeos, manuais e compatibilidade de informações, irão ajudar os clientes antes de realizarem as transações.

Oferecer uma melhor experiência de conteúdo de produtos tranquiliza o cliente sobre a compra realizada, além de também construir confiança e transparência com eles.

# Experiência de Conteúdo de Produtos em Ação

## SITUAÇÃO:

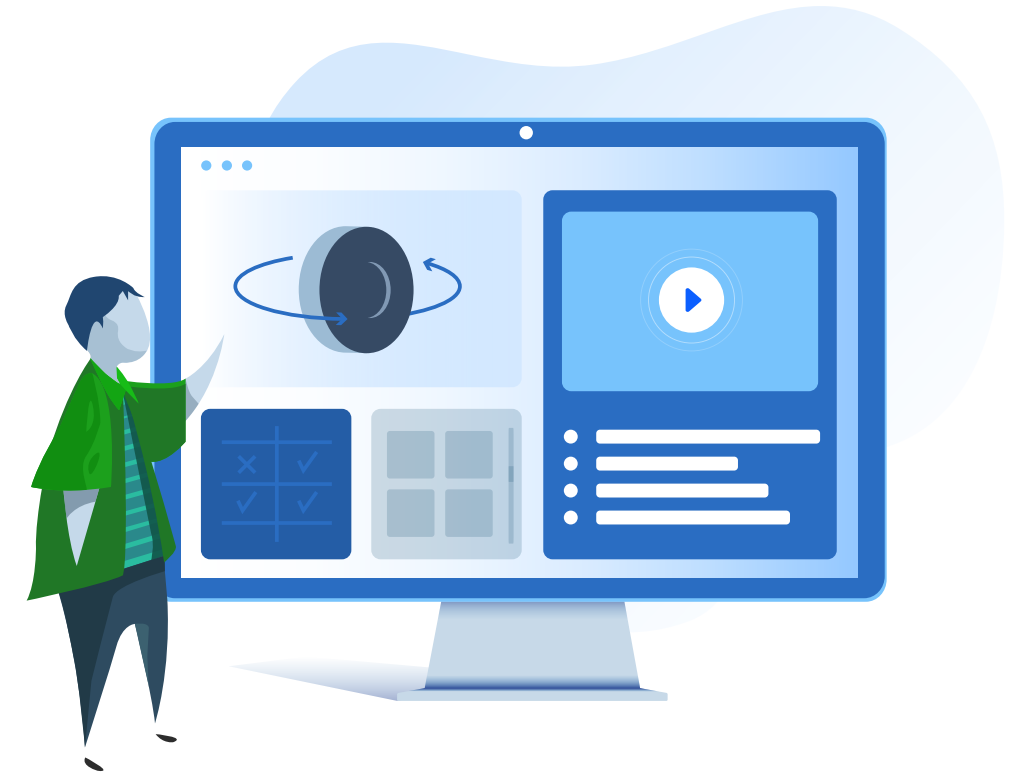
**Clientes não conseguem identificar o produto correto para atender suas necessidades.**

Historicamente, quando os clientes pediam mais informações sobre seus produtos, esse fornecedor de peças de automóveis enviava catálogos e informações adicionais por email ou por correio. No entanto, não só esses materiais eram muito extensos, como também não forneciam descrições e imagens úteis para que os clientes pudessem facilmente identificar qual peça precisavam comprar. Após gastar muito tempo tentando descobrir que peças eles precisavam, esses clientes frustrados desistiam e ligavam para seus gerentes de contas para obter ajuda.

## SOLUÇÃO:

**Processo de compra é acelerado pela educação dos clientes sobre os produtos certos.**

O fornecedor investiu em uma plataforma moderna de e-commerce que foi capaz de oferecer uma experiência de conteúdo de produto mais rica. Agora, quando os clientes visualizam produtos, eles também conseguem acessar uma visão 360 graus do produto, ver vídeos e tutoriais, navegar a partir de diagramas interativos e baixar PDFs, tudo isso na mesma plataforma em que realizam a compra.







# Lançando sua Plataforma de E-commerce Moderna

Dê adeus aos sistemas defasados de forma mais simples migrando para uma solução que será capaz de atender às necessidades dos seus clientes. Mas antes de dar um adeus, primeiro aprenda sobre essas 7 práticas recomendadas para o sucesso de um e-commerce B2B. Além disso, veja também conselhos sobre como escolher a tecnologia certa para apoiar cada uma dessas práticas.

[Comece algo novo >](#)



A Liferay desenvolve software que permite a criação de experiências digitais na web, em dispositivos móveis e outros canais. Nossa plataforma é open source, o que a possibilita maior inovação, confiabilidade e segurança. Através de soluções de negócio e tecnologia, a empresa visa a causar um impacto positivo no mundo. Centenas de organizações do setor financeiro, de assistência médica, governo, seguros, varejo, manufatura e outras verticais de negócios usam Liferay. Para mais informações, visite: [liferay.com](https://liferay.com)

© 2021 Liferay, Inc. Todos os direitos reservados.