

COMUNICATO STAMPA

Tecnologie innovative per una piattaforma B2B sempre più user friendly

ALZURA Tyre24 passa all'IA per rispondere alle esigenze individuali dei clienti

Kaiserslautern, 15.05.2023: ALZURA Tyre24, la piattaforma B2B per l'aftermarket automobilistico, ha cominciato negli ultimi mesi ad avvalersi sempre di più dell'intelligenza artificiale (AI) per rispondere alle esigenze dei clienti in maniera mirata e poter ottimizzare i prodotti mostrati. L'utilizzo dell'AI si è dimostrato già un successo con l'ottimizzazione dell'invio della newsletter. Il software analizza gli interessi del ricevente e adatta i contenuti in maniera mirata. A tal fine viene utilizzata una matrice con circa 480 connessioni e un placeholder dinamico. Da poco è in utilizzo anche il bot ChatGPT.

L'AI viene adoperata per rivolgersi ai clienti della piattaforma con contenuti scelti. L'azienda ha quindi creato a tale scopo una matrice con quattro tipi diversi e ben delineati di ricevente, sulla base di uno schema a quattro colori. Gli utenti vengono suddivisi secondo tipologie di personalità: fattuale, emotiva, orientata alle scelte sicure o che investe sul futuro. L'AI genera, a seconda della categoria, testi che si adattino al meglio a ognuna di queste personalità. Il rivenditore vedrà quindi solo i contenuti che possono interessargli, non solo nei termini del mercato in cui si muove, ma anche presentati con una formulazione accattivante.

Sulla piattaforma i rivenditori vengono comunque lasciati completamente liberi di scegliere i prodotti che vogliono. I contenuti consigliati non limitano la visibilità o l'acquisto della merce. Nel mercato B2B, di norma, il cliente sa già benissimo cosa

cerca. In tal senso l'azienda si adopera per una piattaforma efficiente, rendendo per esempio reperibile una gamma di prodotti che copra ogni parte dell'auto, con un'analisi continua delle abitudini d'acquisto dei suoi utenti. Le keyword di ricerca che non producono risultati adeguati vengono costantemente analizzate e ottimizzate, al fine di offrire al cliente i risultati che cerca.

L'azienda ci tiene però a sottolineare che, a differenza per esempio di Amazon, non vengono suggeriti fornitori specifici. Ciò non sarebbe sensato nel mercato B2B e la scelta del fornitore da cui effettuare l'acquisto non verrà influenzata.

Ai clienti della piattaforma viene anzi garantita la possibilità di filtrare i fornitori, ad esempio secondo il prezzo più basso o secondo le tempistiche di consegna più brevi, al fine di individuare il fornitore che fa al caso proprio.

„L'utilizzo dell'AI mostra che il riferirsi ai clienti in maniera individuale e l'analisi continua dei comportamenti d'acquisto sono elementi estremamente importanti nell'eCommerce. Siamo molto fieri di poter offrire ai nostri clienti un'esperienza d'acquisto sempre migliore e continueremo in quest'ottica a investire in futuro su tecnologie innovative”, queste le parole di Michael Saitow, CEO e fondatore dell'ALZURA AG.

Staff Ufficio Stampa ALZURA Tyre24

Torsten Kühne

Head of Communications

ALZURA AG / ALZURA Tyre24

Gewerbegebiet Sauerwiesen

Technologie-Park I & II

67661 Kaiserslautern, Germania

Fon: +49 6301-600 1005

Mail: torsten.kuehne@alzura.com

<https://tyre24.alzura.com>