

Communiqué de presse

Technologies innovantes pour une expérience utilisateur optimale sur la plateforme B2B

ALZURA Tyre24 mise sur l'IA pour une approche personnalisée des clients

Kaiserslautern, 03.05.2023: La plateforme B2B pour le marché secondaire de l'automobile, ALZURA Tyre24, a intensifié ces derniers mois l'utilisation de l'intelligence artificielle (IA) afin de s'adresser encore plus individuellement aux clients et de présenter les produits de manière optimale. L'IA est déjà utilisée avec succès pour optimiser l'envoi de newsletters. Le logiciel analyse les intérêts des destinataires et adapte le contenu individuellement. Pour cela, une logique matricielle avec environ 480 connexions et des espaces réservés dynamiques sont utilisés. Depuis peu, le chatbot ChatGPT est également utilisé.

L'IA est utilisée pour s'adresser individuellement aux clients sur la plateforme. Pour cette raison, l'entreprise a créé une matrice avec différents types de destinataires clairement définis sur la base d'un modèle en 4 couleurs. Ces derniers sont divisés en clients orientés vers les faits, émotionnels, orientés vers la sécurité et orientés vers l'avenir en fonction de leur personnalité. Sur la base de cette classification, l'IA crée un texte qui correspond le mieux au type respectif. Le commerçant ne devrait voir que le contenu qui lui convient exactement, géographiquement et même dans le choix des mots utilisés pour s'adresser à lui.

En ce qui concerne la sélection des produits, les clients commerciaux de la plateforme sont laissés libres de choisir. Les recommandations ne sont exprimées qu'avec prudence. Dans le domaine B2B, le client sait généralement très bien ce qu'il recherche. L'entreprise mise donc sur une fonctionnalité optimale de la plateforme, telle qu'un système d'auto-complétion efficace lors de la recherche

d'articles et une analyse continue du comportement des clients. Les termes de recherche qui ne donnent pas de résultats appropriés sont examinés de manière très précise et optimisés pour afficher les catégories de produits correspondantes pour le client.

L'entreprise souligne cependant que contrairement à Amazon, par exemple, aucune recommandation de fournisseur n'est donnée. Cela n'aurait pas de sens dans le domaine B2B et la décision d'acheter un produit chez un fournisseur donné appartient uniquement au client.

Les commerçants acheteurs sur la plateforme peuvent trier les fournisseurs en fonction des moins chers ou de ceux ayant les délais de livraison les plus rapides, puis choisir le vendeur qui convient le mieux.

"La mise en œuvre de l'IA montre que l'approche personnalisée et l'analyse continue du comportement des clients dans le commerce électronique sont extrêmement importantes. Nous sommes fiers d'offrir à nos clients une expérience d'achat optimale et nous continuerons donc à investir davantage dans des technologies innovantes à l'avenir", déclare Michael Saitow, PDG et fondateur de ALZURA AG.