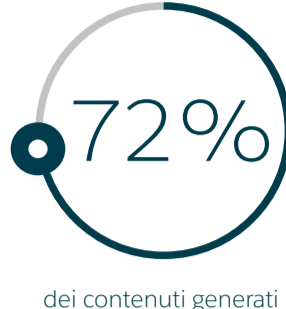


Integra contenuti e strumenti di commerce per aumentare le conversioni

salesforce commerce cloud



I retailer investono significativamente nei contenuti brandizzati. Tuttavia, la maggior parte di questi non produce risultati.



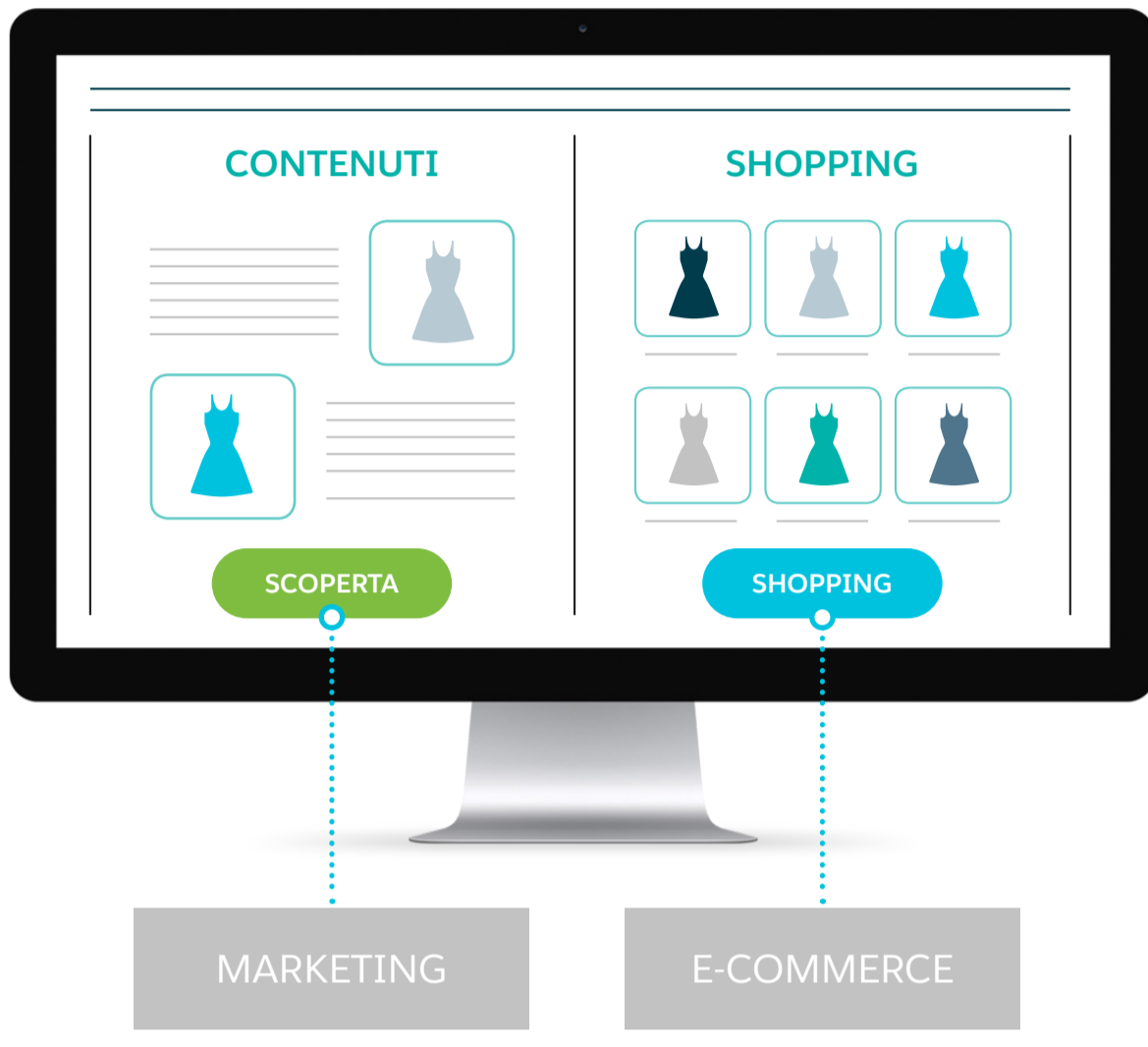
dei contenuti generati dagli utenti sulle home page negli Stati Uniti non genera un chiaro percorso verso l'acquisto.



dei blog dei brand degli Stati Uniti non è integrato sul sito di commerce dell'azienda.

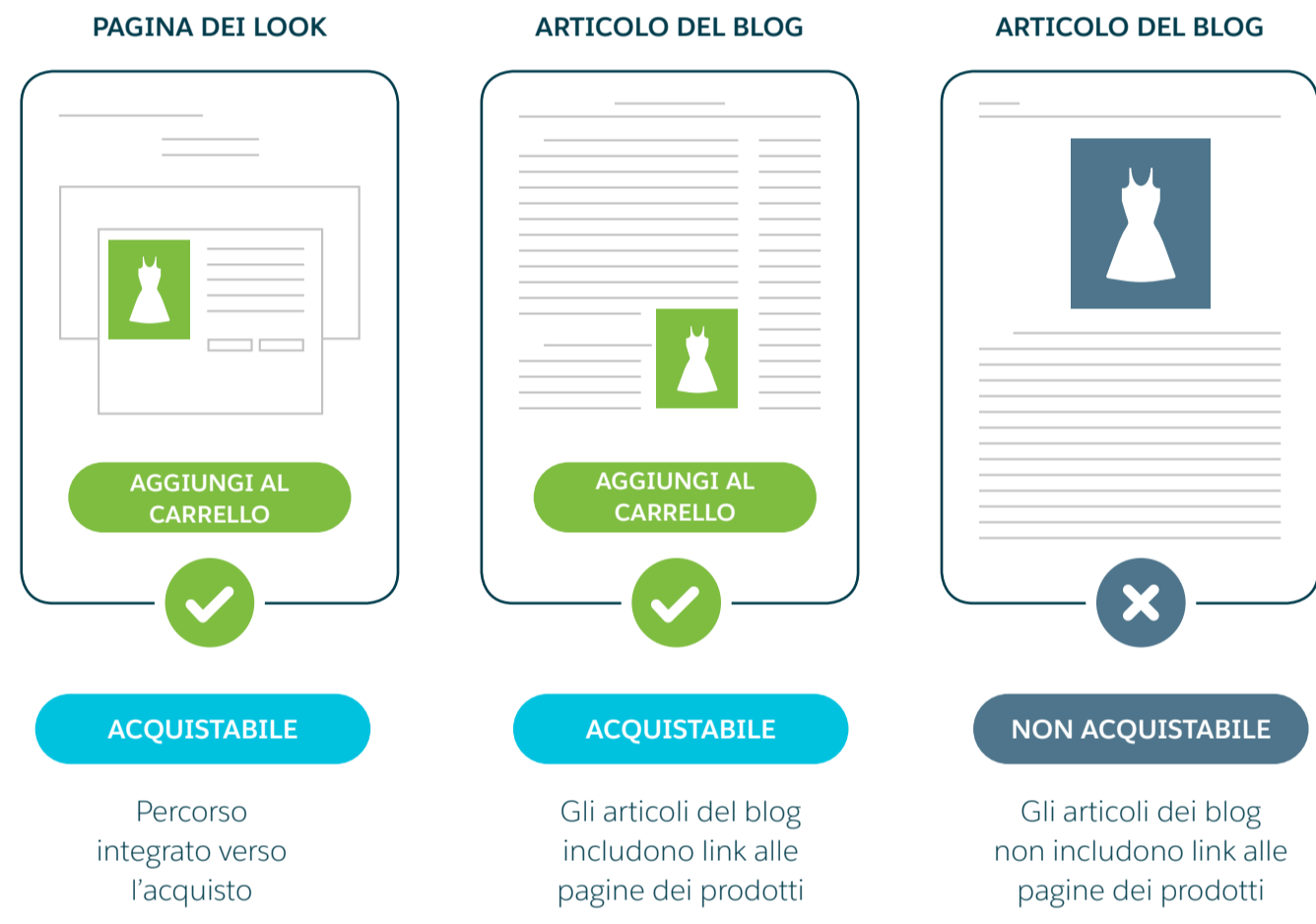
Perché i brand continuano a chiedere ai consumatori di scegliere tra contenuti ed esperienze di acquisto?

L'esperienza a "doppia uscita" sul sito genera opportunità perse.



I team devono collaborare per creare esperienze fluide che integrino prodotti e contenuti.

Integra contenuti e strumenti di commerce per semplificare il percorso di acquisto.



I contenuti brandizzati esercitano l'impatto maggiore

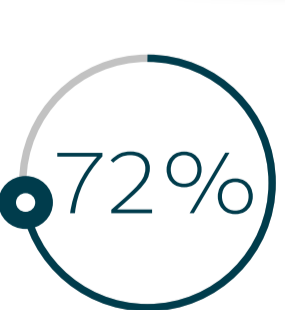
battendo i contenuti generati dagli utenti e dagli esperti.

AUMENTO DELLE PERCENTUALI SUGLI ACQUISTI DA \$ 50 A \$ 399



Fonte: "The Role of Content in the Consumer Decision-Making Process", Nielsen, marzo 2014.

La vendita assistita influenza i consumatori durante il percorso che conduce all'acquisto.



dei brand di bellezza degli Stati Uniti investe in strumenti di vendita assistita, ma senza integrare i contenuti lungo l'intero percorso di acquisto.



promuove i contenuti nelle pagine delle categorie.



promuove i contenuti nelle pagine dei prodotti per influenzare il consumatore durante la fase di riflessione.

QUAL È L'OPPORTUNITÀ DA COGLIERE?

I brand con contenuti profondamente integrati nel percorso di acquisto registrano tassi di conversione molto più alti rispetto alla concorrenza.

Leggi la nostra guida e scopri le strategie più efficaci per creare esperienze di vendita assistita.