

## **„ПОТРЕБИТЕЛСКОТО ПРЕЖИВЯВАНЕ В ИНТЕРНЕТ СРЕДА“**

**Б**ързото развитие на технологии и бизнес моделите водят до промени в т.нар. модел „Интернет на нещата”, особено в среда B2B.

**О**т моя гледна точка, тези промени ще бъдат все по-големи, по-големи върху преживяванията на потребителите в сравнение със самите промени в бизнес моделите.

**Я**сно е, че напредъкът ще бъде в посока от технологичен към потребителски фокус.

**Н**о докато много компании продължават изпълват интернет пространството с различно маркетингово, рекламно и други бизнес съдържание, истински успешните компании ще бъдат тези, които успяват да абсорбират преживявания за потребителите.

**А**ко погледнем към начини, по които се създава по-добро преживяване за потребителите в B2B интернет среда, могат да се идентифицират следните:

**С**тимулиране на по-лесно, по-достъпно и сигурно преживяване на марка, която може да бъде леснодостъпна за потребителите да придобият, когато се нуждаят от нея.

**Т**рансфер на власт на потребителите да действат интелигентно като използват интернет медии.

**Е**стествено е, че когато човек чувства физическа връзка с нещо, то да бъде по-силно привлечен към него.

**Ф**актически, преди години единствената връзка между потребителите и марка е била гаранционната карта на продукта.

**А** в днешно време, интернет представя пряка и непосредствена връзка между потребители и производители.

**Н**о използването на „Интернет на нещата” за подобряване на преживяванията на потребителите може да доведе и до проблеми.

**О**т гледна точка на бизнес доставчиците, те трябва да предоставят цялата информация на потребители така, че те да бъдат максимално прозрачни за клиентите и последните да се чувстват сигурни и защитени.

**В**ъзнаграждаването на потребителите с прозрачност, за отделеното време и ангажимент, стимулират тяхното удовлетворение.

**А**фектът на интернет върху потребителското преживяване е огромен източник за насърчаване, разбиране и дефиниране на „доброто” с постоянно нарастващата интернет свързаност.