

# B2B marketing trendek 2024-ben - a 3+1 legfontosabb változás



B2B marketing, ipari marketing, Mesterséges Intelligencia (AI)

A B2B marketing speciális AI megoldásokkal gyarapodik 2024-ben. Jelenleg három fő trend forgatja fel a hagyományos, vállalatok közötti marketing stratégiákat.

Ez nem csupán a szokásos piaci változásokról szól; alapvető átalakulásokról beszélünk, amelyek újraírják a vállalkozások közötti kapcsolattartás szabályait.

Csatlakozz hozzánk, amint áttekintjük a B2B trendeket és megnézzük, hogy a Mesterséges Intelligencia (AI) miként hatja át az ipari marketinget is.

## 1. A személyes hang egyre fontosabb az e-mail marketingben

Elmúltak azok az idők, amikor a vállalkozások ugyanazzal a régi értékesítési szöveggel bombázhatták a kapcsolattartási listájukat, és várhattak eredményeket.

Az e-mail marketing új korszakában a személyre szabott megközelítésre van szükség, ahol a célzott levél a **király**. A fejlett algoritmusoknak és adatelemző eszközöknek köszönhetően a marketingesek mostantól olyan e-maileket hozhatnak létre, amelyek személyesen szólnak minden egyes címzetthez.

Ez nem csupán arról szól, hogy hozzáadjuk valakinek a nevét a tárgysorhoz; olyan tartalom létrehozásáról van szó, amely megfelel az egyéni preferenciáinak és **igényeinek**.

A legnagyobb e-mail platformok szigorúbban veszik a spamet, a marketingeseket pedig egy hitelesebb, emberközpontú megközelítés felé terelik. Az e-mail **egyszerű** kommunikációs eszközből a valódi kapcsolatok kiépítésének erőteljes eszközévé fejlődik.



## 1. A személyes hang egyre fontosabb az e-mail marketingben

### Mesterséges intelligencia és szándékadatok: A dinamikus duó

A mesterséges intelligencia és a szándékadatok összeolvadása forradalmi változást hoz az e-mail marketingben. Ez a hihetetlen páros lehetővé teszi a marketingesek számára, hogy azonosítsák azokat a potenciális ügyfeleket, akik aktívan keresik a megoldásaikat, és olyan üzeneteket fogalmazzanak meg, amelyek teljesen a célközönségre szabottak.

A mesterséges intelligencia nem csupán azt becsüli meg, hogy mi tetszhet a közönségnek, hanem olyan pontossággal jósolja meg az igényeit, amit eddig még nem láttunk. Ezáltal minden elküldött e-mail időbeninek és relevánsnak érzi magát.

### A minőség felülmúlja a mennyiséget

Elmozdulunk a beérkező levelek mappá bombázásától egy kifinomultabb, hatásosabb stratégia felé. Arról van szó, hogy olyan üzenetekkel tűnjünk ki az információs zajból, amelyek számítanak.

A mennyiség helyett a minőségre való áttérés a fogyasztói viselkedés szélesebb körű változását tükrözi. A jelenkor vállalati közönsége a tartalmas interakcióra vágyik, nem a személytelen tartalom végtelen áradatára.

A B2B marketingesek erre azzal reagálnak, hogy kevesebb e-mailt küldenek, de mindegyik az AI által támogatottan megírt kommunikációs eszköz, amely a kapcsolatok erősítésére és a bizalom kiépítésére szolgál.

## 2. A vizuális történetmesélés kora: a videós és interaktív tartalmak felemelkedése

A görgetés korában élünk, ahol a videók felülmúlják a hagyományos kattintásokat. A rövid, lebilincselő videós tartalmak a B2B marketing stratégiák alapkövei **lesznek**.

Még az olyan szakmai közösségi platformok is, mint a LinkedIn, egyre inkább tele vannak rövid videókkal, amelyek nemcsak felkeltik a figyelmet, hanem szórakoztatással és tanítással kapcsolatokat is **teremtnek**.

Ez a váltás az MI-támogatott vizuális történetmesélés felé tartó szélesebb körű mozgást hangsúlyozza, ahol a cél olyan narratívák **szövése**, amelyek megérintik a célközönséget.



### 2. A vizuális történetmesélés kora: a videós és interaktív tartalmak felemelkedése

## Vond be az üzleti partnered a történetedbe: az interaktív tartalom ereje

Képzeld el, hogy a feje tetejére állítod a hagyományos tartalomfogyasztást olyan anyagokkal, amely cselekvésre ösztönzi az olvasót. A kvízek, szavazások és a kiterjesztett valóság (AR) élmények, vagy éppen egy saját, egyedi GPT, amivel beszélgethet, pontosan ezt teszik: a passzív olvasókat aktív résztvevőkké **változtatják**.



Ez az interaktív forradalom nemcsak a közönség lekötéséről szól; ez egy aranybánya a hasznos információknak, mélyebb megértést nyújtva a vásárlói preferenciák és **viselkedésmódok** terén.

## Valódi történetek, valódi hatás: hitelesség a videóknban

Elmúltak a kifinomult, személytelen termékbemutatók napjai. Az új videós tartalomkorszak a hitelességről és a transzparenciáról **szól**.

A márkák most olyan történetmesélést választanak, amely egyszerre őszinték és az értékeiket is tükrözi, így hiteles és nézőkhöz közel álló élményt nyújtanak.

Értelemszerűen ezt másként érdemes termelő vállalatokat kiszolgáló cégeként megtenni, mintha körömlakkot értékesítenél, ám a döntéshozók végső soron ugyanúgy emberek, emberi igényekkel. Mi pedig erre építünk a **B2B marketing szolgáltatásaink** során.

## 3. Mesterséges intelligencia és gépi tanulás: a B2B marketing új nagyágyú

2023 után 2024 is a Mesterséges Intelligencia térnyeréséről szól – a gépi tanulás a hiper-személyre szabásra **összpontosítva** alakítja át a marketinget.

Ezek a technológiák nem csupán divatos kifejezések; az AI a motorja a személyre szabott tartalmaknak, az ügyfelek igényeinek előrejelzésének és olyan marketingélmények létrehozásának, amelyek olyan egyedinek érződnek, mint az ujjlenyomatod.

## A jövő nem jósolni kell, hanem előre jelezni, AI-alapú elemzéssel

Az AI-alapú elemzésekkel nemcsak a jelenlegi világot látjuk, hanem bepillantást nyerünk a jövőbe is. Ezek az analitikai eszközök mélyen beleássák magukat az ügyfél-adatokba, olyan betekintést nyújtva, amelyek támogatják a prediktív **modellezést**.

A B2B marketingben mind pontosabban tudjuk előre jelezni a trendeket, és személyre szabhatjuk ügyfeleink stratégiáját, biztosítva, hogy mindig egy (vagy akár öt) lépéssel előrébb járjanak a versenytársaikhoz képest – vagy éppen **belső céges ChatGPT és Generatív AI képzés** során tanítjuk meg, hogyan használhatják a Mesterséges Intelligenciát a saját folyamataik hatékonyabbá tételében.



## 3. Mesterséges intelligencia és gépi tanulás: a B2B marketing új nagyágyú

### Párbeszédben egyre jobb: MI-alapú ügyfélszolgálat

Az ügyfélszolgálat területén az AI-alapú chatbotok és virtuális asszisztensek új mércét állítanak fel. Ezek a digitális ember-imitáló eszközök valós idejű, személyre szabott támogatást nyújtanak, forradalmasítva a vállalkozások ügyfeleikkel való interakcióját.

A Mesterséges Intelligencia használata ügyfélszolgálatokon jóval többre képes a kérdések megválaszolásánál: zökkenőmentes élményt nyújthatnak, úgy, hogy alapvetően megszüntetik az ügyfélszolgálatok emberhiányát.

Bárki, aki telefonos ügyfélszolgálatot üzemeltet, pontosan tudja, milyen nehéz jó munkaerőt találni alacsony fluktuációval, pláne idegen nyelvtudással. Az AI chatbotok ezt egyszerre kínálják.

Az elvesztett hívások számát minimalizálják, megoldják az emberhiányt, sőt olyan cégek is bevezethetik, akiknek eddig túl sokba került volna élő emberes ügyfélszolgálatot üzemeltetni!

### +1. Fenntarthatóság: az új üzleti elvárás

A fenntarthatóság és a társadalmi felelősségvállalás (ESG) kapcsán folytatott viták jelentősen átalakultak. Többé nem csupán egy „jó lenne, ha lenne” dologról van szó, hanem a vállalkozás sikerének egyik alapkövévé vált.

Az ESG elveknek a marketingstratégiák középpontjába való beágyazása nem pusztán egy kötelező elem kipipálásáról szól; hanem arra reagál a növekvő fogyasztói igényre, miszerint a márkák ne csak beszéljenek, hanem cselekedjenek is a környezetvédelem és az etikus magatartás terén.

Ez a trend a vállalkozások bolygóra és a társadalom egészére gyakorolt hatásának szélesebb körű tudatosodását **jelzi**.

## Etikai gyakorlatok: a bizalom alapja

Olyan világban élünk, ahol az információ egyre inkább **elérhető** mindenki számára. Az etikus gyakorlatok és a transzparencia még soha nem voltak ennyire kritikusan fontosak a vállalkozások és ügyfeleik közötti bizalom kialakításában.

A mai fogyasztók tájékozottabbak és igényesebbek, aktívan keresik azokat a márkákat, amelyek tükrözik az értékeiket. Ez a váltás az etikus üzleti gyakorlatok felé újradefiniálja a márkahűség és a bizalom paramétereit, aláhúzza az integritás fontosságát minden interakcióban.

## A változás élharcosa a marketing

Meglepő módon a marketing túllép a hagyományos termékek és szolgáltatások népszerűsítésének szerepén, és a társadalmi és környezetvédelmi támogatás erős eszközévé válik.

A vállalatok marketing erejüket nemcsak az eladások növelésére használják, hanem a változás vezetésére és inspirálására is, olyan ügyeket támogatva, amelyek összhangban vannak közönségük értékeivel és törekvéseivel.

Ez a fejlődés tükrözi a vállalkozások azon szerepének mélyebb megértését, amelyet a társadalmi normák alakításában és a fejlődés előmozdításában játszanak.

## 2024 az új marketing paradigma éve

Amint a B2B marketing 2024-es kilátásaira tekintünk, egyértelmű, hogy a marketing területe monumentális változáson megy keresztül.

A fejlett AI technológia, a személyre szabott kommunikáció és az etikus és fenntartható gyakorlatok iránti elkötelezettség összefonódása a marketing jövőjének új képét festi.

Az AI marketing az ipari és B2B marketingen belül nem átmeneti változás; a vállalkozások számára egy új korszak mérföldköve – olyan korszak, amely az agilitás, az analitika és az AI megoldások együttes használatát igényli.