

智能化、数字化贸易两步法

体验是消费者的核心需求

亚太、中东和非洲地区 (AMEA) 的客户表示，客户体验是影响他们做出购买决策的一个重要因素



理由如下

采用由内而外的角度理解客户体验，会忽略不断变化的客户行为和需求

客户需要什么：由外而内的角度

那些优先考虑客户需求
和体验的企业中，有



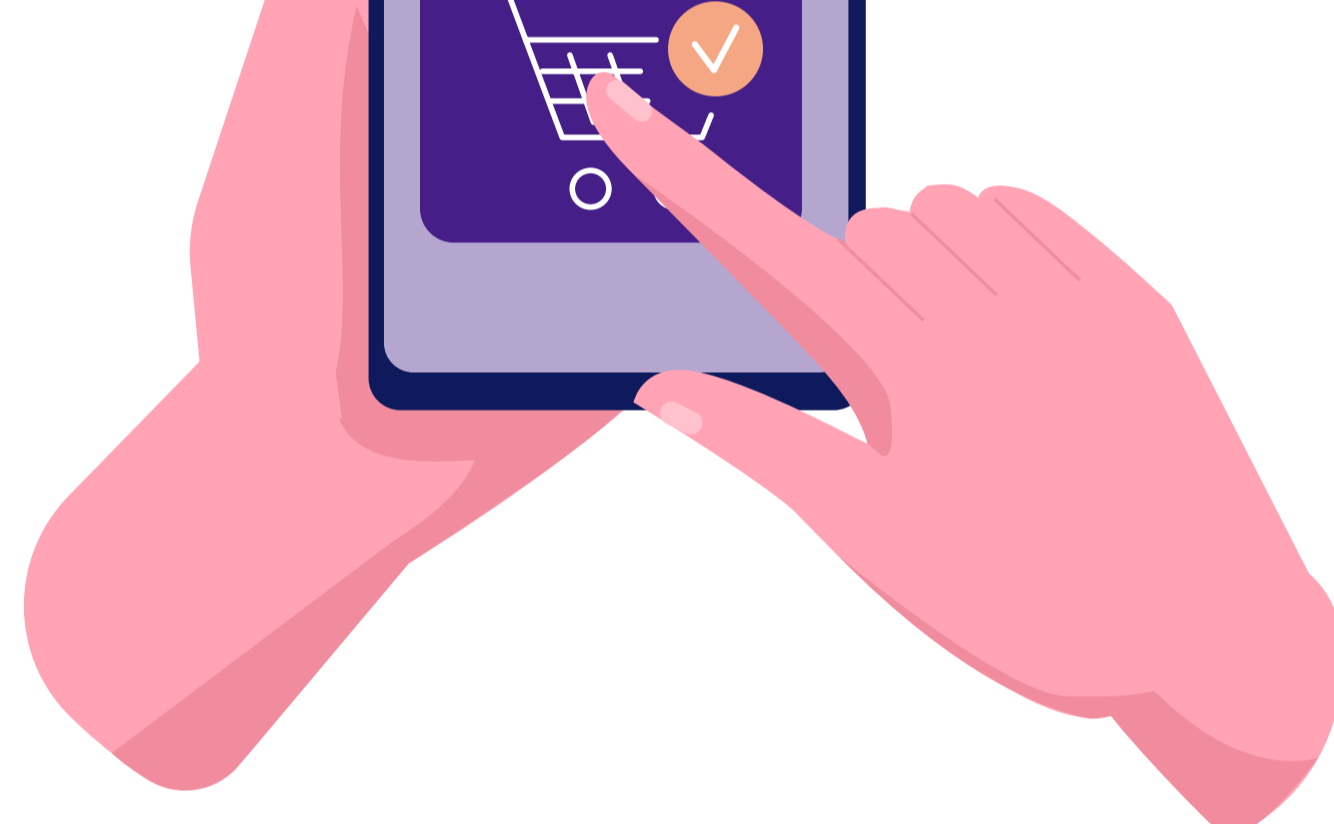
是的，中小型企业完全可以做到这一点

您要做的就是运输过程中，通过一些简单的举措保持增长势头

开始使用：由外而内两步法

1

每一步都有助于实现自动化和高效，提供更快速的服务



利用数字工具（如 **FedEx Ship Manager™ at fedex.com**），向团队提供有关运费、能力和运输状态的信息，帮助他们更好、更快、更智能地完成工作。

2

在运输前、运输中和运输后实现数字化作业，更快速地完成交付



告别清关困扰。点击数字工具（如 **FedEx® Electronic Trade Documents**），您可以：

- 快速上传遗漏的文档
- 在运输前提交您的文档

优势：卓越的客户体验成为您的全新竞争优势

减少繁琐的文书工作 = 更好地满足客户需求

除了节省纸张、能源和印刷成本外，还可以专注于满足客户的特定需求



点击并上传 = 按时运输和交付

提前进行清关协助，主动提供客户支持，帮助您领先一步完成清关，减少清关延误的几率

准备好转变您的客户体验方法了吗？

专业送达，订单无忧

¹ Adobe Business, 《2021 数字化趋势报告》 digital trends report, 2021

² Adobe Experience Cloud Blog, 教程：为建立客户体验优势，亚太地区商业领袖必须做出的 7 项决策

How-to: 7 decisions APAC business leaders must make to build a customer experience advantage, 2021