



Les points clés

- Optimisez le potentiel de votre solution IBM Tealeaf en adoptant les meilleures pratiques afin de concrétiser aussi vite que possible toute la valeur de cette solution.
 - Identifiez les caractéristiques communes entre les sessions, étudiez les problèmes et déterminez leur impact sur l'entreprise.
 - Découvrez de façon proactive des occasions d'optimiser les processus clés du site et supprimez les obstacles aux conversions sur votre site.
 - Configurez des indicateurs de performance clés pour comprendre où les clients rencontrent des difficultés sur votre site.
 - Rendez le feedback client (Voice of Customer ou VOC) exploitable à l'aide de Tealeaf pour valider le problème et fournir un contexte au feedback.
 - Créez une étude de rentabilité afin de définir des priorités au niveau des difficultés rencontrées sur le site en fonction de leur impact sur l'entreprise.
-

Optimisez votre investissement IBM Tealeaf.

Offres de meilleures pratiques

Nos nouvelles offres de meilleures pratiques ont été conçues pour vous aider à optimiser le plein potentiel de votre investissement IBM Tealeaf. Avec des centaines d'implémentations réussies à notre actif, nous avons amassé tout un arsenal de bonnes pratiques. Notre équipe des meilleures pratiques a créé un modèle de maturité pour transmettre ce savoir-faire selon une méthode simple qui vous permettra de réduire votre courbe d'apprentissage et de concrétiser aussi vite que possible toute la valeur de cette solution.

Donc, que vous soyez client depuis quelques mois seulement ou depuis plusieurs années, vous pouvez maintenant tirer parti du modèle de maturité pour développer vos initiatives de gestion de l'expérience client et élaborer votre feuille de route vers le succès.

Nos offres de meilleures pratiques sont décrites ci-dessous. Vous pouvez les acheter séparément ou bien, si vous avez acheté des jours de Services Professionnels, vous pouvez les utiliser pour bénéficier de ces offres :

Evaluation IBM Tealeaf

L'Evaluation IBM Tealeaf n'est pas réservée aux nouveaux clients mais peut être utilisée à tout moment pour évaluer votre solution IBM Tealeaf actuelle et votre modèle d'utilisation. Votre consultant en meilleures pratiques évaluera vos objectifs métier et vos opportunités et travaillera en collaboration avec votre équipe pour créer une feuille de route alignant spécifiquement nos offres de meilleures pratiques à vos besoins. Nous recommandons ce qui suit afin d'optimiser cette offre.





Figure 1: Nos offres de meilleures pratiques et notre modèle de maturité recommandé

Produits IBM Tealeaf nécessaires	un produit IBM Tealeaf
Participants client	Sponsor exécutif Tealeaf Acteurs départementaux Chef de projet Tealeaf Modélisateur(s) d'évènements Tealeaf Utilisateurs Tealeaf Analyste d'optimisation du site
Durée	5 jours
Calendrier recommandé	1 à 3 mois après la mise en œuvre initiale En continu, selon les besoins

Enquête sur l'expérience client

Cette offre est conçue pour vous aider à tirer parti des solutions IBM Tealeaf afin d'examiner les difficultés de l'expérience client et pour déterminer leur impact sur l'entreprise. Vous apprendrez à trouver des modèles communs entre les sessions, identifier les difficultés inconnues du site ou confirmer les difficultés suspectées. Vous commencerez à étudier leur impact sur l'entreprise et à définir des priorités en conséquence pour les améliorations du site. Vous commencerez à voir votre site de façon entièrement nouvelle : avec le point de vue du client.

Produits IBM Tealeaf nécessaires	IBM Tealeaf cxImpact
Participants client	Acteurs départementaux Chef de projet Tealeaf Utilisateurs Tealeaf
Durée	1 jour
Calendrier recommandé	1 à 3 mois après la mise en œuvre initiale En continu, selon les besoins

Suivi des problèmes connus

Une fois les solutions IBM Tealeaf mises en œuvre, comment obtenez-vous un rapide retour sur investissement ? Nous allons vous montrer comment obtenir une réelle valeur grâce au suivi et à la résolution des problèmes connus de votre site qu'il s'agisse des messages d'erreur, des codes d'état ou de la lenteur d'affichage des pages. En adoptant une approche proactive pour trouver et résoudre rapidement les difficultés rencontrées par les visiteurs de votre site, vous allez améliorer le taux de réussite client et, au final, votre activité en ligne.

Produits IBM Tealeaf nécessaires	Tealeaf cxImpact IBM Tealeaf cxView (recommandé mais non obligatoire)
Participants client	Acteurs départementaux Chef de projet Tealeaf Modélisateur(s) d'évènements Tealeaf Utilisateurs Tealeaf Analyste d'optimisation du site
Durée	2 jours
Calendrier recommandé	1 à 3 mois après la mise en œuvre initiale En continu, selon les besoins

Surveillance des processus du site

Taux de réussite des tâches et taux de conversion sont les pierres angulaires d'une activité en ligne performante. Dans cette optique, IBM va vous expliquer comment définir les principaux taux de terminaison de tâche de votre site et comment déterminer ce qui correspond à un changement significatif au niveau de ces taux. Plus important, IBM va vous aider à mettre en place des processus pour repérer les changements significatifs. Vous pourrez ainsi aller plus loin et, au lieu de simplement savoir qu'il existe sans doute des problèmes en termes d'expérience sur votre site, vous pourrez découvrir leur nature précise. Ces informations vous permettront de prendre de meilleures décisions pour l'optimisation du site et de limiter le nombre de clients affectés par un problème donné.

Produits IBM Tealeaf nécessaires	Tealeaf cxImpact Tealeaf cxView
Participants client	Acteurs départementaux Chef de projet Tealeaf Modélisateur(s) d'évènements Tealeaf Utilisateurs Tealeaf Analyste d'optimisation du site
Durée	2 jours
Calendrier recommandé	3 à 6 mois après la mise en œuvre initiale En continu, selon les besoins

Mesurer les KPI sur l'expérience client

Les responsables d'activités e-business savent qu'il existe un certain nombre de facteurs, au-delà des simples problèmes techniques, qui affectent l'expérience en ligne de leurs clients et donc leur capacité à conserver ces clients ou à leur vendre des produits. Dans le cadre de cette mission, IBM travaillera avec vous à mettre en place des indicateurs de performance clés (KPI) qui vous permettront de comprendre où les clients rencontrent des difficultés sur votre site. Ces KPI sur l'expérience client peuvent comporter par exemple le fait de surveiller les mauvais comportements connus, tel qu'un client qui redémarre le processus de commande plus de deux fois, ou de mauvaises expériences connues, telles qu'un client affichant un itinéraire dont le prix a été modifié, sur un site de voyages. En surveillant ces mesures de façon proactive, vous pourrez analyser le comportement réel du client et faire apparaître des problèmes inattendus affectant votre activité en ligne.

Produits IBM Tealeaf nécessaires	Tealeaf cxImpact Tealeaf cxView (recommandé mais non obligatoire)
Participants client	Acteurs départementaux Chef de projet Tealeaf Modélisateur(s) d'évènements Tealeaf Utilisateurs Tealeaf Analyste d'optimisation du site
Durée	2 jours
Calendrier recommandé	6 à 9 mois après la mise en œuvre initiale En continu, selon les besoins

Analyse avancée de l'impact sur l'entreprise

Disposant de peu de temps et de ressources limitées, de nombreuses entreprises peinent à hiérarchiser les problèmes du site en fonction de leur impact sur l'entreprise. Dans le cadre de cette offre, nous vous apprenons à construire une étude de rentabilité pour chaque problème à l'aide des questions suivantes : Quand le problème a-t-il commencé ? Combien de visiteurs par jour ont été touchés ? Quel est l'impact sur les taux de conversion ? Quel est le coût de la résolution du problème par rapport aux ventes/profits perdus ? Avec les informations que vous obtenez d'IBM pour chaque problème du site, vous pouvez plus précisément définir des priorités pour vos efforts d'optimisation et investir vos ressources là où elles auront le plus d'impact sur votre entreprise.

Produits IBM Tealeaf nécessaires	Tealeaf cxImpact Tealeaf cxView
Participants client	Acteurs départementaux Chef de projet Tealeaf Modélisateur(s) d'évènements Tealeaf Utilisateurs Tealeaf
Durée	3 jours
Calendrier recommandé	6 à 9 mois après la mise en œuvre initiale En continu, selon les besoins

Enquêtes auprès des clients

De plus en plus d'entreprises utilisent des produits permettant de réaliser des enquêtes auprès de leurs clients. Il s'agit des produits dit « VOC » (Voice of Customer) grâce auxquels les entreprises peuvent obtenir un retour qualitatif sur l'expérience client. Toutefois, de nombreuses entreprises éprouvent des difficultés à élaborer une étude de rentabilité à partir des retours spécifiques obtenus. Le but de cette offre est de vous montrer comment tirer pleinement parti de votre solution IBM Tealeaf et de l'intégration VOC. Il est utile de pouvoir rejouer les sessions Tealeaf des utilisateurs répondant aux enquêtes afin de mieux comprendre le contexte de leurs commentaires. Lors de cette mission, vous allez apprendre à rendre les commentaires VOC utilisables en faisant appel aux solutions IBM Tealeaf pour valider le problème (combien d'autres clients ont connu la même expérience) et pour calculer son impact sur l'entreprise. Vous pourrez ainsi définir plus efficacement les priorités pour la résolution des problèmes du site.

Produits IBM Tealeaf nécessaires	Tealeaf cxImpact Tealeaf cxConnect for Voice of Customer
Participants client	Chef de projet VOC Chef de projet Tealeaf Administrateur Technique Analyste d'optimisation du site
Durée	1 jour
Calendrier recommandé	6 à 9 mois après la mise en œuvre initiale En continu, selon les besoins

À propos de la suite Enterprise Marketing Management d'IBM

La suite Enterprise Marketing Management d'IBM est un ensemble intégré de fonctions conçues exclusivement pour les besoins des organisations marketing. Intégrant et rationalisant tous les aspects du marketing, la suite EMM d'IBM permet aux professionnels de transformer leur passion pour le marketing en relations client durables et en résultats commerciaux mesurables et rentables.

Distribuée dans les locaux ou dans le cloud, la suite de solutions logicielles IBM EMM apporte aux marketeurs les outils et la perspicacité nécessaires pour créer de la valeur client à chaque contact. La suite EMM d'IBM permet aux marketeurs de comprendre les souhaits et les besoins des clients et d'exploiter ces connaissances pour engager des dialogues interactifs pertinents par le biais des canaux marketing digitaux, sociaux et classiques.

Conçue pour répondre aux besoins spécifiques du marketing et du merchandising, IBM EMM Suite se compose de cinq solutions individuelles. Digital Marketing Optimization permet aux marketeurs numériques d'orchestrer les interactions numériques pertinentes pour attirer et retenir de nouveaux visiteurs et augmenter les revenus tout au long du cycle de vie du client. Avec Customer Experience Optimization eCommerce, les professionnels peuvent transformer les visiteurs en clients réguliers et en fidèles défenseurs en améliorant l'expérience numérique de chaque client. Cross-Channel Marketing Optimization permet aux marketeurs en charge de la relation client d'éveiller l'intérêt de leurs clients dans le cadre d'un dialogue personnel couvrant l'ensemble des canaux en vue d'augmenter les revenus tout au long du cycle de vie des clients. Avec Price, Promotion and Product Mix Optimization les merchandiseurs et les planificateurs des ventes peuvent prendre des décisions en matière de prix, de promotion et de combinaisons produits pour accroître au maximum les profits et optimiser l'utilisation des stocks. Et avec Marketing Performance Optimization, les responsables du marketing, les planificateurs et les décideurs peuvent modéliser et évaluer les combinaisons produits et gérer les opérations de marketing afin d'optimiser le retour sur investissement.

Plus de 2500 entreprises du monde entier font appel aux solutions IBM EMM pour gérer la complexité croissante du marketing et améliorer leurs résultats. Les offres complètes et éprouvées d'IBM offrent aux entreprises comme Dannon, E*TRADE, ING, Orvis, PETCO, Telefonica | Vivo, United Airlines et wehkamp.nl la puissance et la flexibilité requises pour apporter à leurs clients et prospects ce qu'ils attendent : une expérience cohérente et pertinente via tous les canaux.



Compagnie IBM France

17 Avenue de l'Europe
92 275 Bois-Colombes Cedex

La page d'accueil d'IBM est accessible à l'adresse suivante :
ibm.com

IBM, le logo IBM et ibm.com sont des marques d'International Business Machines Corporation aux Etats-Unis et dans d'autres pays. Si ces marques et d'autres marques d'IBM sont accompagnées d'un symbole de marque (® ou ™), ces symboles signalent des marques d'IBM aux Etats-Unis à la date de publication de ce document. Ces marques peuvent également exister et éventuellement avoir été enregistrées dans d'autres pays. Les autres noms de sociétés, de produits et de services peuvent appartenir à des tiers. La liste actualisée de toutes les marques d'IBM est disponible sur « Copyright and trademark information » : ibm.com/legal/copytrade.shtml

Le présent document (y compris les références aux devises OU aux prix hors taxes applicables) contient des informations qui étaient en vigueur et valides à la date de la première publication et qui peuvent être modifiées par IBM à tout moment. Toutes les offres mentionnées ne sont pas distribuées dans tous les pays où IBM exerce son activité.

Les données relatives aux performances étudiées dans le présent document sont présentées telles qu'elles ont été extraites dans des conditions d'utilisation spécifiques. Les résultats peuvent donc varier. LES INFORMATIONS DU PRÉSENT DOCUMENT SONT FOURNIES « EN L'ÉTAT » ET SANS GARANTIE EXPLICITE OU IMPLICITE D'AUCUNE SORTE. IBM DÉCLINE NOTAMMENT TOUTE RESPONSABILITÉ RELATIVE À CES INFORMATIONS EN CAS DE CONTREFAÇON AINSI QU'EN CAS DE DÉFAUT D'APTITUDE À L'EXÉCUTION D'UN TRAVAIL DONNÉ. Les produits IBM sont garantis conformément aux dispositions des contrats au titre desquels ils sont fournis.

© Copyright IBM Corporation 2013



Pensez à recycler ce document