

Le choix d'une solution d'analyse Web – Guide stratégique



Les évolutions du paysage des fournisseurs ont créé des difficultés pour les entreprises utilisant des solutions d'analyse Web ou cherchant à en acquérir. Ce guide entend vous aider à identifier les caractéristiques clés à rechercher, et à découvrir dans la foulée comment la solution choisie peut impacter vos performances en matière de marketing et de ventes en ligne si :

- Vous recherchez une nouvelle solution d'analyse Web.
- Vous prévoyez une mise à niveau depuis une offre gratuite ou d'entrée de gamme.
- Vous avez entrepris de réévaluer la solution en place.

Les questions initiales que vous allez poser auront un impact énorme sur votre réussite future, et nous vous invitons dès lors à vous reposer sur ce document pour vous guider dans votre recherche.

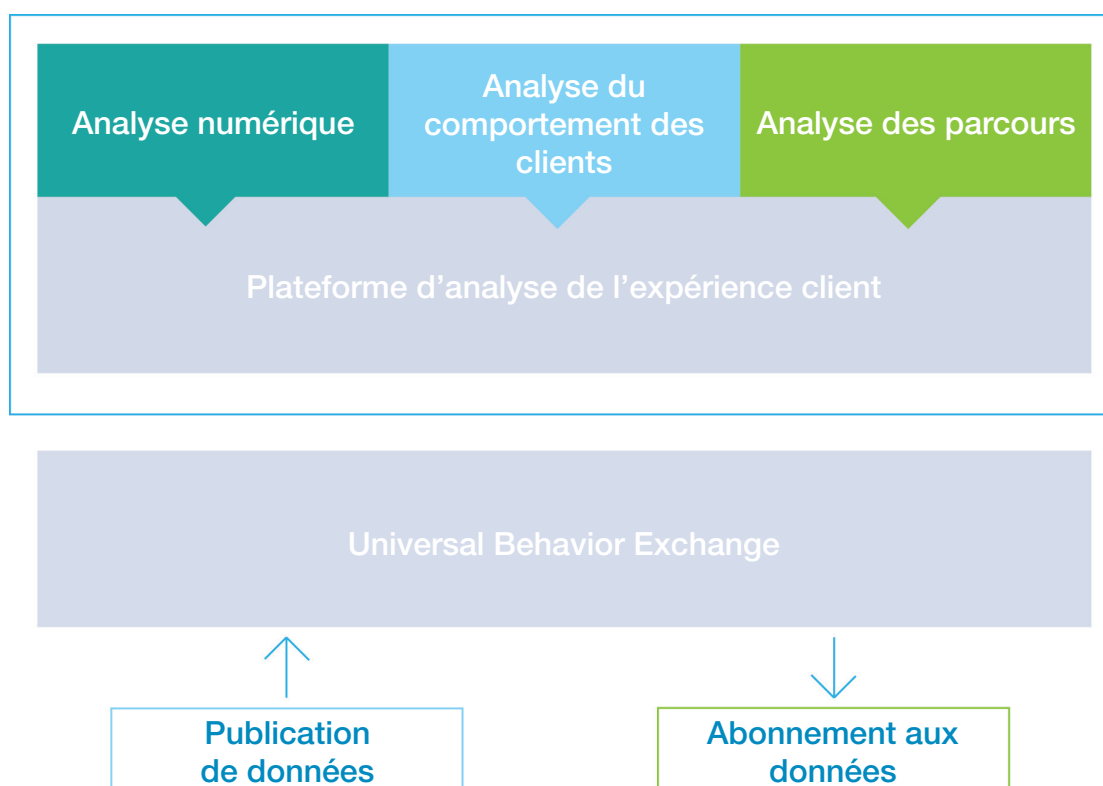
| Question à poser | Importance |
|--|--|
| Q1. Quelles sont les fonctionnalités cruciales indispensables pour réussir ? | Commencez par les questions les plus difficiles. Quel est votre objectif ? Comment procédez-vous en matière d'analyse Web ? Comment aimeriez-vous évoluer à ce niveau ? Lorsque vous aurez clairement cerné vos objectifs, posez ces questions aux fournisseurs que vous évaluez. Il est crucial de déterminer si l'offre globale, les qualités et l'approche du fournisseur sont en adéquation avec votre trajectoire de croissance et vos besoins en termes de marketing. |
| Q2. Quelle sera la qualité du support technique dont vous bénéficierez ? | La performance de votre solution dépendra en partie de la qualité du service et du support fournis. Comparez soigneusement les tarifs du support proposés par les candidats que vous aurez présélectionnés, en prêtant particulièrement attention à la portée des services de support. Outre le support technique, renseignez-vous également sur le type de support en termes d'implémentation proposée de même que sur le niveau de support continu. Bénéficierez-vous d'un support dédié ou devrez-vous attendre votre tour ? Quelles sont les procédures d'escalade ? Quels sont les horaires pendant lesquels le support est assuré ? Il vous sera aussi utile de vous renseigner sur les ressources supplémentaires disponibles en matière de formation continue. |
| Q3. L'entreprise est-elle stable ? | Dans le cadre de vos évaluations, il est important de connaître la maturité du produit et la stabilité de l'entreprise du fournisseur. L'analyse Web est essentielle pour votre entreprise, et il est donc normal de choisir un fournisseur stable, pratiquant un modèle de gestion durable assurant un avenir sans nuage. Depuis quand l'entreprise du fournisseur opère-t-elle ? Dispose-t-elle d'une équipe exécutive solide ? |
| Q4. Dans quelle mesure votre entreprise est-elle innovante ? La solution choisie peut-elle évoluer avec vos besoins ? | Il est important de travailler avec un fournisseur qui vous garantisse une plateforme à même de s'adapter à vos besoins futurs et en mesure de vous proposer les innovations requises pour la conservation de votre avantage concurrentiel. Le fournisseur a-t-il une vision sectorielle prononcée et met-il l'accent sur l'utilisation de l'analyse Web et du marketing en ligne dans le but de relever des défis métier distincts ? |

Quelles sont les réponses d'IBM à ces questions ?

Q1. Quelles sont les fonctionnalités cruciales pour réussir ?

IBM Customer Experience Analytics est la première solution du secteur permettant de quantifier et de visualiser les parcours client, individuels ou globaux, sur les différents canaux, afin d'identifier les améliorations et de favoriser la conquête de clients, les revenus qu'ils génèrent ainsi que la fidélité de ces derniers.

Elle permet de surmonter le manque de communication entre des services cloisonnés grâce à une analyse unifiée. Elle permet aux spécialistes du marketing de comprendre le parcours des clients au niveau des biens numériques et des trajectoires d'achat. IBM offre une interface unique permettant aux analystes de passer sans heurts d'une vue à une autre, afin de savoir ce qui se passe et pour quelles raisons tout en déterminant l'impact correspondant.



IBM Digital Analytics

IBM Digital Analytics fait partie d'IBM Customer Experience Analytics, une solution globale offrant une analyse quantitative avec IBM Digital Analytics, une analyse qualitative avec IBM Tealeaf Customer Behavior Analytics et une visualisation automatique des parcours client transcanaux avec IBM Journey Analytics.

Il s'agit d'une solution cloud offrant une vision complète du comportement des clients et permettant d'obtenir des éclairages exploitables concernant vos clients numériques. Elle permet en outre de suivre les comportements des clients sur la durée et au niveau de différents dispositifs, les marques pouvant ainsi visualiser l'entier du parcours numérique d'un client. Les spécialistes du marketing peuvent transformer une information en action marketing personnalisée en quelques clics seulement.

Grâce à IBM Digital Analytics, les spécialistes du marketing peuvent accroître les revenus en ciblant des prospects via un contenu pertinent sur différents canaux numériques. Ils peuvent ainsi accroître les reconquêtes et les taux de rétention de clients, améliorer l'approche et l'implémentation des stratégies multicanaux tout en optimisant l'allocation des budgets ainsi que le mix marketing.

Fonctionnalités indispensables à la réussite :

Exploitation d'une analyse puissante en temps réel

- Éclairages instantanés sur les tendances comportementales des clients, de sorte que les spécialistes du marketing puissent agir dans la journée.
- Reporting client exhaustif avec des visualisations intelligentes et des vues souples en termes de partage des éclairages avec les parties prenantes.
- Capacités de segmentation inégalées pour analyser le comportement des intéressés sur plusieurs sessions, périodes et canaux, à la fois en ligne et hors ligne.
- Tableaux de bord intuitifs et souples pour le reporting, destinés à réduire la durée de création de rapports, grâce à une navigation fluide, à un espace de travail collaboratif et à un design réactif.

Éclairages pertinents sur vos campagnes marketing

- Élimination des dépenses marketing sans résultats, grâce à la connaissance des points de contact marketing distinctifs en matière d'influence sur les prospects exposés à plusieurs d'entre eux.
- Perception des correspondances d'attribution grâce à des visualisations intuitives et à un « cheminement au niveau des points de contact », propre à déterminer les combinaisons de campagnes générant les meilleurs résultats.
- Comparaison, avec une souplesse illimitée, de différents modèles de logique d'attribution placés côte à côte.

Connaissance du cycle de ventes numériques au niveau des clients

- Dépassement des mesures d'une seule session donnée pour comprendre le cycle de vente client numérique.
- Analyse de l'efficacité du marketing pour des segments client granulaires à différents stades.
- Évaluation et optimisation continue des techniques afin d'accélérer la progression sur le cycle de vie.
- Affichage d'éclairages programmatiques et de tendances en matière de délai d'atteinte pour identifier les succès à court terme.

Reporting sur le benchmarking concurrentiel avancé

- Indicateurs de performances afin de mettre au jour des zones d'opportunités ou d'amélioration ou encore pour découvrir des tendances dans votre secteur.
- Indicateurs de benchmarking au niveau des pairs offrant des données concurrentielles pour les indicateurs clés de performance (KPI) spécifiques au secteur.

Augmentation de la valeur de durée de vie des clients

- Segmentation des clients afin de proposer des offres très ciblées qui leur correspondent.
- Augmentation des ventes et amplification des ventes croisées et à plus haute valeur unitaire grâce à un contenu personnalisé et à des recommandations sur les produits.

Obtention d'éclairages qualitatifs avec basculement aisé vers IBM Tealeaf

- Raccourcissement des cycles de ventes numériques à travers une influence positive sur la progression des clients par le biais de cycles de macro-conversions et micro-conversions.
- Analyse ad hoc portant sur le replay de sessions utilisateur.
- Quantification de l'impact métier lié aux difficultés de conversions de clients sur plusieurs périphériques, et ce à travers l'analyse de multiples sessions.
- Accès à un reporting cloud pour une analyse plus rapide des sessions Tealeaf au niveau client.
- Compréhension de l'impact des campagnes marketing sur un et plusieurs cycles d'achat.

Q2. Quelle sera la qualité du support technique dont vous bénéficierez ?

IBM s'engage à assurer un support dès le premier jour, ce qui transparait notamment dans le processus de provisionnement, la richesse des ressources de formation et les nombreux événements client organisés par IBM.

- ✓ Processus d'intégration et de provisionnement défini
- ✓ Formation assurée en présence d'un instructeur
- ✓ Guides sur les meilleures pratiques
- ✓ Support 24h/24 et 7j/7
- ✓ Formation web individualisée
- ✓ Groupe régional d'utilisateurs
- ✓ Système d'émission de tickets de support en ligne
- ✓ Sommet client annuel
- ✓ Communauté en ligne

Q3. L'entreprise est-elle stable ?

IBM est une entreprise de consulting et d'informatique d'envergure internationale solidement implantée et au bénéfice de plus de cent ans d'expérience dans ce domaine. Nous vous ferons bénéficier de notre maturité en matière de produits et de vision de ces derniers au niveau de nos infrastructures internes dans le but de vous aider à atteindre vos objectifs. Notre modèle de gestion durable et éprouvé garantit que nous évoluerons à vos côtés sur le long terme.

Q4. Dans quelle mesure votre entreprise est-elle innovante ? La solution choisie peut-elle évoluer avec vos besoins ?

IBM favorise une culture de l'innovation en mettant tout en œuvre pour aider ses clients à atteindre leurs objectifs métier. Voici trois exemples d'innovation IBM :

- *IBM Customer Experience Analytics* – Approche permettant aux spécialistes du marketing de comprendre leurs clients au niveau de tous les biens numériques et parcours d'achat. Avec, à la clé, des éclairages utiles sur les clients connectés dans les différents écosystèmes.
- *IBM Journey Analytics* – Solution totalement unique sur le marché et permettant aux marques de visualiser l'intégralité du parcours client, en tant qu'individus et segments, sur les différents canaux, afin de déterminer les améliorations qui stimulent l'obtention de marchés, les revenus et la fidélisation.
- *Universal Behavior Exchange* – Mise en relation en temps réel du comportement, du profil et des données de segments depuis toute application (d'IBM ou d'un partenaire) grâce à une vue alimentée par des données issues de l'écosystème d'interaction avec les clients.

Conclusion

Le choix d'une solution d'analyse Web et de marketing en ligne est une décision lourde de conséquences, susceptible de modifier le visage de votre entreprise pour les années à venir, que vous recherchiez une nouvelle solution, souhaitiez faire une mise à niveau depuis un système gratuit vers une solution plus robuste ou que vous réévaluiez une solution dont vous disposez déjà. Il est vital que vos décideurs examinent minutieusement les fonctionnalités de la solution et les perspectives du fournisseur. Ils devront aussi anticiper les scénarios futurs, déceler les faiblesses potentielles et poser des questions difficiles. Ainsi, ils pourront au final faire leur choix en toute connaissance de cause quant à la solution optimale convenant le mieux à leurs besoins.

Accédez au site ibm.com/customer-analytics pour en savoir plus sur la façon dont l'analyse client évoluée peut aider votre entreprise à se développer.



Compagnie IBM France

17 avenue de l'Europe
92275 Bois-Colombes Cedex

L'adresse de la page d'accueil IBM est :
ibm.com

IBM, le logo IBM et ibm.com sont des marques d'IBM Corporation, enregistrées auprès de nombreuses juridictions dans le monde. Les autres noms de sociétés, de produits et de services peuvent être des marques d'IBM ou d'autres sociétés. La liste des marques IBM est disponible sur le Web sous la rubrique « Copyright and trademark information » à l'adresse ibm.com/legal/copytrade.shtml

Le présent document 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 dans lesquels IBM exerce son activité.

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 avec lesquels ils sont fournis.

© Copyright IBM Corporation 2017



Merci de recycler ce document.
