

英国领先的在线旅游提供商

英国领先的旅游品牌

概述

需求

之前的 Web 分析解决方案提供的量化洞察无法大幅提升关键指标。公司需要的解决方案要能提高关于在线渠道的可见度，提升主要客户体验指标。

解决方案

该旅游公司采用 IBM Tealeaf CEM 解决方案来提供 Web 分析解决方案的报告功能，它能够挖掘实际客户行为的质化洞察。公司现在可以快速诊断和修复造成客户体验不佳的问题。

收益

采用 IBM Tealeaf CEM 解决方案后，在前 8 个月，公司营销项目的投资回报即增加了 120%。

提高客户转化率依然是当今旅游网站，包括此处所述在线旅游公司的一项重大挑战。游客通常会通过多个会话浏览多个站点后，才作出最终的购买决策。其中许多是期望享受优质站点体验的精明消费者，如果没有享受到，他们清楚只需轻点鼠标即可使用竞争对手的。为了更好地在竞争高度激烈的环境中脱颖而出，公司决定应将提高其市场领先的网站的客户体验作为一项关键的战略计划。为此，公司利用 IBM Tealeaf CEM 解决方案来获取关于公司在线渠道的世界级可见度，结果大幅提升了客户服务质量、转化率和维系率。

挑战

一开始要寻找可以实现该客户体验新目标的合适解决方案非常具有挑战性。原本公司使用 Web 分析；但是，所获的量化洞察无法大幅提升关键指标，如转化率。例如，仅有量化数据点，该在线旅游公司无法准确确定客户放弃支付的原因，或他们是否返回完成购买。公司所需的解决方案要能提高关于在线渠道的可见度，以便公司可以显著提高关键客户体验指标，如满意度和维系率。



解决方案组件

- IBM® Tealeaf® CX
- IBM® Tealeaf® cxImpact
- IBM® Tealeaf® cxReveal
- IBM® Tealeaf® cxView

“IBM Tealeaf CEM 解决方案变革了我们对待在线客户的方式。它们不仅赋予我们原本缺乏的可见度，也让我们可以大幅提高客户转换率和维系率。”

- 财务总监

改进方法

为解决该问题，公司采用 IBM Tealeaf Customer Experience Management (CEM) 解决方案，因为他们可以提供 Web 分析解决方案的报告功能，同时能够挖掘实际客户行为的质化洞察。现在，公司不是假设站点趋势，而是利用 IBM Tealeaf CEM 解决方案独特的回放功能（关于实际客户体验的一页页浏览器级记录），快速诊断和修复造成客户体验不佳的问题。采用 IBM Tealeaf CEM 解决方案后，该旅游公司一直不断发现其站点可优化的地方 – 取得了惊人的业务收益。总体而言，得益于 IBM Tealeaf CEM 解决方案，在前 8 个月，公司营销项目的投资回报即增加了 120%。

优势 1 - 解决信用卡支付放弃根源问题后，转化率提高了 25%。

问题

该在线旅游公司的 Web 分析解决方案显示，公司站点信用卡输入页面的支付放弃率猛增。不幸的是，该高级别指标没有提供关于此问题根源的洞察，公司无法确定为何如此众多的客户在预订流程的关键一步中止了。

解决方案

但是，通过使用 IBM Tealeaf CEM 解决方案，该公司能够捕捉和回放每一位客户每次访问站点的每一个会话。这一独一无二的可见度让该公司可以执行深度行为分析，揭示客户体验不佳的根源所在。例如，在分析客户查看信用卡支付页面但随后放弃的会话后，公司注意到，增加到客户支付总额中的信用卡收费令部分客户感到困惑。该收费的通知消息位于下方，因而被忽略，造成客户困惑，放弃支付。

收益

使用 IBM Tealeaf CEM 解决方案清楚地发现问题根源后，公司快速重新设计页面，解决可用性问题。这一简单的变更使转化率快速提高了 25%，提高了客户满意度。

优势 2 – IBM Tealeaf CEM 解决方案促进呼叫中心创新，帮助创造了该旅游站点总营收的 20%。

问题

恢复因游客遇到站点问题而放弃的订单一直是该在线旅游公司的一项重大挑战。现有解决方案无法全面捕捉客户信息，因而使订单恢复几乎毫无可能。

解决方案

但是通过使用 IBM Tealeaf CEM 解决方案，该公司能够针对因特定原因 - 如信用卡故障或陷入无限循环 - 而放弃了一定金额的购物车的客户设置警报。因为 IBM Tealeaf CEM 解决方案捕捉整个预订流程中的信息，如电子邮件地址或电话号码，因此即使是放弃支付的游客，公司也未完全丧失他们。事实上，该公司使用 IBM Tealeaf CEM 解决方案将客户信息传送至联系中心的对外团队 - 在几秒钟内。对外代理继而可以快速联系客户，尝试达成该笔交易。

收益

现在对外团队每小时创造的营收高于公司任何其他预订团队，创造的营收同比增加 340%。这占该旅游网站总营收的 20%。

优势 3 - IBM Tealeaf CEM 解决方案帮助修正了一个简单的可用性问题，挽回了成千上万可能丧失的客户。

问题

2009 年 2 月，美国突然要求任何飞往该国的人必须在出发前至少提前 3 周进行在线注册。为遵守该规定，该公司添加了预订流程免责声明，要求客户勾选对话框确认他们了解这项新要求。但是，在立即执行这种变更后，公司注意到转化率在预订流程中的这一步锐减 13%。

解决方案

好在 IBM Tealeaf CEM 解决方案当时已经在监测与客户成功相关的主要流程，因此公司很快就收到转化率下滑的警报。此外，通过使用 IBM Tealeaf CEM 解决方案挖掘和分析受影响的客户会话，公司很快注意到，大部分客户不小心未注意到新实施的勾选框。具体地说，当客户没有勾选它，预订页面会刷新，但没有给出任何出错提示。这种无限循环导致客户失望而放弃支付，从而造成营收损失。

收益

若没有 IBM Tealeaf CEM 解决方案，该在线旅游公司唯一可以发现问题根源的方法就是不断试验，这既耗时又费钱。另一方面，IBM Tealeaf CEM 解决方案让该公司可以在更新上线后的两天内发现和解决问题。通过快速消除这种客户体验缺陷（只是将勾选框做得更显眼，并添加有用的提醒消息），该公司能够控制问题的整体业务影响，维系原本可能损失的客户和营收。

关于 IBM Enterprise Marketing Management

IBM Enterprise Marketing Management (EMM) Suite 是一个端到端的集成功能集，专为营销组织的需要而设计。IBM EMM Suite 整合并简化营销的各个方面，让企业和个人可以能够将营销热情转化为有价值的客户关系，创造更具盈利、有效、及时和可测的业绩。

不论是内部部署还是云端部署，软件解决方案 IBM EMM Suite 赋予营销人员所需的工具和洞察，轻松创建个体客户价值。IBM EMM Suite 帮助营销人员了解客户的意愿和需求，并利用这种了解，通过各种数字、社交和传统营销渠道让买家参与高度相关的互动对话。

IBM EMM Suite 专为解决特定营销和促销用户的具体需要而设计，包括 5 个单独解决方案。Digital Marketing Optimization 让数字营销人员可以设计相关的数字交互，吸引和获取新访客，在整个客户生命周期内增加营收。通过 Customer Experience Optimization eCommerce，专业人员可以改善每一位客户的数字体验，将访客转化为回头客和忠实拥护者。通过 Cross-Channel Marketing Optimization，客户关系营销人员可以通过各种渠道与客户进行一对一的对话，在整个客户生命周期内增加营收。Price, Promotion and Product Mix Optimization 让营销人员和销售规划人员可以作出能使利润和库存利用率最大化的价格、促销和产品组合决策。通过 Marketing Performance Optimization，营销主管、计划人员和决策者能够对产品组合进行建模和评估，管理营销运营，以便最大化投资回报。

全球逾 2,500 家企业使用 IBM EMM 解决方案来帮助管理不断升级的营销复杂性的压力，同时提高营收和可测业绩。IBM 经过时间考验的综合性产品和服务赋予 Dannon, E*TRADE, ING, Oris, PETCO, Telefonica | Vivo, United Airlines 和 wehkamp.nl 等公司所需的力量和灵活性，使他们可以向客户及潜在客户提供其所期望的 - 一个更加协调相关的跨渠道体验。



© Copyright IBM Corporation 2013

IBM Corporation
Software Group
Route 100
Somers, NY 10589

美国印刷
2013 年 8 月

IBM、IBM 徽标和 ibm.com 是 International Business Machines Corporation 在美国和/或其他国家或地区的商标。如果这些商标及其他 IBM 商标术语在本资料中第一次出现时带有商标符号（®或™），这些符号表明在本出版物出版时，由 IBM 拥有的美国注册商标或普通法商标。此类商标还可能是其他国家或地区的注册商标或普通法商标。其他产品、公司或服务名称可能是其他公司的商标或服务标志。Web 地址 www.ibm.com/legal/copytrade.shtml 的“Copyright and trademark”部分提供了 IBM 商标的最新列表。ibm.com/legal/copytrade.shtml

本文档中的内容（包括不含适用税款的货币或定价参考）在本信息首次发布之日是最新的，IBM 可随时对其进行更改。并非 IBM 开展业务的每个国家或地区均提供所有产品。

文中所述绩效数据系在特定操作环境下得出。实际结果可能有所差异。本文档内的信息“按现状”提供，不附有任何种类（无论是明示的还是暗含的）的保证，包括适销性、适用于特定目的和非侵权的保证或条件。IBM 产品根据其所属协议的条款和条件获得保证。



请回收利用