



---

## Les points clés

- Quantifier le manque à gagner résultant des problèmes pour hiérarchiser les décisions d'investissements mobiles. Visualiser la façon dont les clients utilisent réellement vos services mobiles, à la fois de façon prévisible et imprévisible.
  - Évaluer rapidement les nouvelles fonctionnalités mobiles plébiscitées qui doivent être réitérées et celles qui devraient être supprimées. Obtenir des informations complètes, en back-end, sur l'ensemble des utilisateurs, applications, sites et comportements.
  - Augmenter les taux de conversion et les revenus pour votre canal mobile en détectant les obstacles et les problèmes qui gênent les utilisateurs.
- 

## IBM Tealeaf CX Mobile

*Prendre de meilleures décisions d'investissements mobiles*

Avec l'adoption rapide des équipements mobiles tels que les smartphones et les tablettes, les consommateurs ont maintenant la possibilité d'effectuer des transactions pratiquement partout et à tout moment. Pour l'e-business, cette évolution crée des perspectives prometteuses en termes de libre-service client et de nouvelles opportunités de revenus. Cependant, elle apporte également de nouveaux risques. Selon une récente étude réalisée par Harris Interactive, quatre adultes sur cinq ayant effectué une transaction mobile au cours de l'année dernière ont rencontré des difficultés.<sup>1</sup>

Pour réussir dans ce nouveau canal en plein essor, vous devez fournir des services et des fonctionnalités mobiles utilisables par vos clients de façon optimale. Pourtant, aujourd'hui, la plupart des entreprises de commerce électronique manquent d'une visibilité élémentaire sur leurs utilisateurs mobiles et sur la façon dont ces utilisateurs interagissent avec le canal. Étant donné l'ampleur des variables mobiles – notamment les divers dispositifs, navigateurs, plateformes et canaux (par exemple, les sites web mobiles, les applications natives et les applications hybrides) – le risque de difficulté pour les clients est intrinsèquement supérieur. Certains de ces problèmes sont d'ordre technique mais la plupart des éléments qui créent des problèmes aux clients – et leur font mettre de mauvaises notes dans l'App Store – sont liés aux processus métier et à la facilité d'utilisation. Ceci les rend plus difficiles à détecter, à diagnostiquer et à résoudre efficacement.

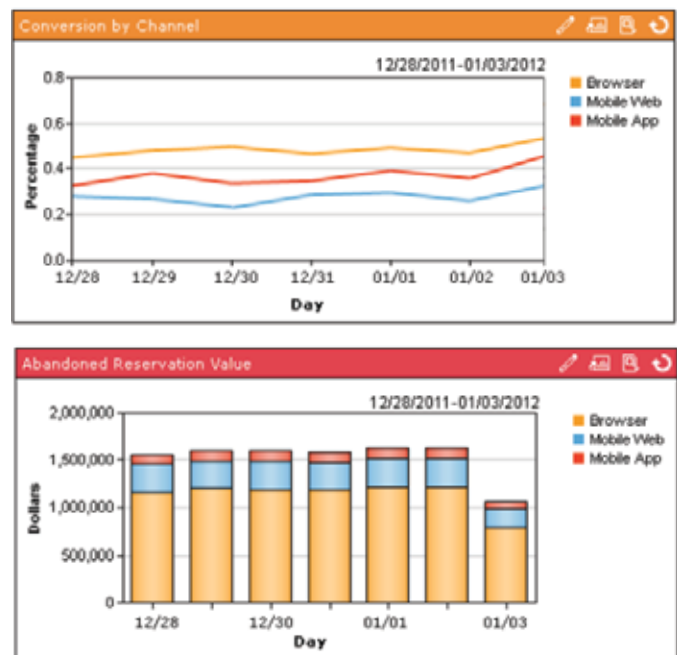
IBM Tealeaf CX Mobile est conçu pour vous aider à exploiter toute la puissance des solutions de gestion de l'expérience client IBM Tealeaf pour vos sites web mobiles, vos applications natives et hybrides, avec le support d'HTML5. IBM Tealeaf CX Mobile vous apporte la visibilité nécessaire pour fournir des services mobiles performants.

### Les caractéristiques

- **Support du web mobile, des applications hybrides et natives** pour iOS et Android. Lorsqu'il est intégré au site web configuré pour les ordinateurs de bureau, ses caractéristiques aident les entreprises à améliorer de façon significative leur canal en ligne pour les utilisateurs, quelle que soit la façon dont ils interagissent avec l'entreprise.
- **Visibilité mobile complète** grâce à la capture des informations utilisateur sur les sites web mobiles, les applications natives et hybrides, avec à la fois les interactions côté réseau et côté client.



- **Système d'alerte anticipé** pour détecter les utilisateurs mobiles en difficulté et fournir proactivement des indications sur les défaillances des applications mobiles, les problèmes de fonctionnement ou d'autres obstacles aboutissant à l'échec des transactions, l'abandon, le mauvais classement de l'App Store et des commentaires négatifs.
- **Relecture optimisée de sessions web mobiles** permettant de comprendre le 'pourquoi' en regardant ce que les clients voient sur leurs mobiles et leurs actions spécifiques – notamment les actions sur l'écran tactile et les gestes (tels que zoomer ou dézoomer, rapprocher ou écartier les doigts, faire défiler à gauche ou à droite et changer d'orientation).
- **Analyse glisser-déposer en temps réel** pour quantifier l'impact sur le revenu et la segmentation par comportements spécifiques des utilisateurs mobiles ou par caractéristiques de l'appareil.
- **Puissantes fonctions de découverte et de segmentation** pour trouver et isoler rapidement les problèmes sur des sessions de clients mobiles – tant pour des clients individuels que pour des groupes – sans balises prédéfinies.



La Figure 3 : Tealeaf CX Mobile apporte la visibilité sur les différents canaux de l'entreprise et sur les expériences des utilisateurs.



Figure 1 : La relecture optimisée de sessions mobiles web aide à découvrir les actions liées à l'orientation telles que la rotation de l'appareil (pour passer du mode portrait au mode paysage).

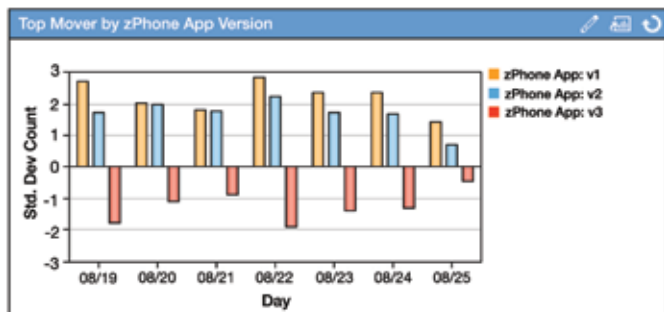


Figure 2 : Le tableau de bord Top Movers and Drivers est doté d'un système d'alerte anticipé sur les difficultés d'utilisation des mobiles.



Figure 4 : Cartes des points sensibles, analyse de liens, analyse de formulaires et analyse de cartes d'attention pour une meilleure compréhension de l'intention des utilisateurs avec l'intégration de Tealeaf cxOverstat.

## Fonctionnement

Extension d'IBM Tealeaf CX, Tealeaf CX Mobile offre une large couverture sur l'ensemble des sites web mobiles, applications natives et hybrides. Tealeaf CX Mobile offre des niveaux sans précédent de visibilité en combinant la capture de réseau passive de Tealeaf CX à une structure de journalisation intelligente des applications. Cette combinaison est conçue pour vous aider à mieux comprendre vos utilisateurs mobiles grâce à la connaissance des activités critiques côté réseau et côté client. Tealeaf CX Mobile offre également une visibilité élargie pour les smartphones et les tablettes en capturant les comportements au niveau de l'appareil et à l'écran, par exemple, défilement, glissement et autres actions. Avec cette visibilité de pointe, Tealeaf CX Mobile peut vous aider à découvrir comment les utilisateurs interagissent avec vos fonctionnalités mobiles, vous permettant ainsi de prendre des décisions d'investissements plus avisées en ce qui concerne les mobiles.

## Visibilité multicanal

Les entreprises les plus efficaces en termes de satisfaction et de fidélisation client sont celles qui améliorent constamment l'expérience client via les canaux en ligne – le web pour les ordinateurs de bureau, les mobiles, les médias sociaux et les centres de contacts – et permettent aux clients d'effectuer des transactions de façon fiable via le canal de leur choix.

La visibilité et les connaissances apportées par Tealeaf CX Mobile peuvent vous aider à améliorer non seulement celui de vos canaux qui présente la croissance la plus rapide mais également à mettre en évidence les différences entre vos différents canaux en ligne. L'utilisation de Tealeaf CX Mobile en collaboration avec IBM Tealeaf cxReveal permet de partager ces connaissances avec les agents des centres d'appels, qui peuvent alors mieux servir les clients passant d'un canal à un autre.

## Analyse et alertes en temps réel

En utilisant Tealeaf CX Mobile avec Tealeaf CX, vous pouvez analyser les données des sessions des clients mobiles en temps réel par rapport à un ensemble de règles ou 'd'événements' que vous définissez, pour avoir rapidement connaissance des difficultés rencontrées par vos clients – telles que l'exécution d'une procédure à plusieurs reprises, sans résultat.

Tealeaf CX Mobile s'appuie sur la découverte algorithmique d'IBM Tealeaf cxView pour faire automatiquement apparaître les problèmes à fort impact rencontrés par le client et les afficher en temps réel sur le tableau de bord « Top Movers and Drivers ». Tealeaf CX Mobile déclenche également des alertes lorsque des seuils ou des ratios d'événements sont dépassés. A partir de ces alertes, vous pouvez rapidement afficher plus de détails jusqu'à parvenir aux utilisateurs mobiles concernés et rejouer leur session pour en obtenir un aperçu.

## Support du web mobile, des tablettes et des applications hybrides et natives

A mesure que le canal mobile, les plateformes et les navigateurs évoluent, Tealeaf CX Mobile évolue également. La solution prend en charge les applications et les sites web consultés depuis les tablettes et les téléphones mobiles pour les plateformes iOS et Android. Nous assurons en outre le support de HTML et HTML5.

## Segmentation mobile spécifique

Outre la relecture de sessions, Tealeaf CX Mobile apporte de précieuses données sur le visiteur et l'appareil mobile. Des rapports sont disponibles sur les statistiques et les modèles d'utilisation, notamment la possibilité de créer des segmentations clients spécifiques en fonction des caractéristiques des mobiles : fabricant de l'appareil, système d'exploitation, type de navigateur, résolution de l'écran, etc.

## Générateur de rapports dimensionnels

Avec les capacités du générateur de rapports dimensionnels d'IBM Tealeaf cxImpact, Tealeaf CX Mobile offre une analyse flexible et en temps réel pour l'équipe e-business et le département informatique. L'interface intuitive, par glisser-déposer, permet de quantifier rapidement les pertes de revenus dues à des difficultés spécifiques rencontrées par des clients (par exemple, un problème sur la page de paiement) ou d'autres difficultés relatives au site, et d'effectuer des analyses de segmentation. Vous pouvez ensuite transmettre des rapports à la direction et à d'autres intervenants principaux.

## Superpositions montrant l'intention des utilisateurs

Avec l'intégration d'IBM Tealeaf cxOverstat, il est possible d'utiliser, sous Tealeaf CX Mobile, des cartes des points sensibles, l'analyse de liens, l'analyse de formulaires et l'analyse de cartes d'attention pour une meilleure compréhension de l'intention des utilisateurs sur les applications web mobiles. Tealeaf cxOverstat est une extension de Tealeaf CX Mobile et fournit des superpositions analytiques qui aident les analystes, les spécialistes du marketing en ligne et les ergonomistes à comprendre les intentions des utilisateurs.

## Recherche universelle

Utilisé avec les capacités de recherche de Tealeaf cxImpact, Tealeaf CX Mobile vous permet de trouver rapidement et de récupérer des sessions spécifiques de clients mobiles en effectuant une recherche sur des attributs spécifiques (modèle de téléphone, taille de l'écran, version du navigateur), des paramètres HTTP, des chaînes de texte libre ou des événements observés par Tealeaf CX (par exemple, l'abandon du règlement d'une facture).

**Remarque :** Tealeaf CX Mobile est une extension de Tealeaf CX vendue séparément.

## 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 plus efficaces, mesurables et rentables.

Distribuée en magasin 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 ™) 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 » à [ibm.com/legal/copytrade.shtml](http://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.

<sup>1</sup> Une étude sur l'Expérience Client Mobile, Harris Interactive, mars 2011 (en anglais).

© Copyright IBM Corporation 2013



Pensez à recycler ce document