



法国航空

通过无缝电商流程，提升销售额，降低购物车遗弃率

概述

需求

为了提升销售额，法国航空希望降低公司网站上的购物车遗弃率 - 但是公司手动管理客户体验的方法难以发现客户使用过程中的症结问题。

解决方案

通过使用 IBM 软件来分析了解客户如何浏览公司网站，法国航空可以抓住症结问题，并根据实际使用模式作出改变。

收益

通过简化电商流程，法国航空保证了无缝高质的客户体验，可以大幅降低购物车遗弃风险，提升销售额。

互联网和移动技术正在改变消费者的习惯。当旅客在网上购物，找到符合自己需要的服务时，航空公司如何可以确保自己所提供的产品和服务具有竞争力？

这是法国航空面临的挑战，公司 25% 的销售额来自电商渠道。通过使用 IBM® Tealeaf® Customer Experience Management 软件，公司可以根据实际使用数据，简化客户使用流程，降低购物车遗弃率，提升销售额。

了解客户流程

客户对于电商的预期在不断提高，即使是微小的设计瑕疵也会在客户使用过程中形成症结问题 - 客户因失望而遗弃购物车的风险升高，从而转向竞争对手。

为使在线销售额从 2012 年的 20 亿欧元增加到 2015 年的 35 亿欧元，法国航空希望确保公司的电商渠道可以向每一位客户交付无缝使用流程，降低购物车遗弃风险。过去，公司依赖手动方法管理客户体验，但这让公司难以理解为什么一些客户的使用流程比另一些客户的顺畅。

法国航空数字体验与绩效总监 Luc Behar 说：“法国航空一直致力于为客户提供最高品质的数字服务，现在电商是该业务的主要增长领域。我们希望确保在公司全球 120 个电商站点上，为每一位客户提供无缝的使用流程。”



优化客户体验

为获得各电商平台客户体验的深刻洞察，法国航空部署了 IBM Tealeaf Customer Experience Management 解决方案。该软件自动实时记录客户—在每个站点的使用过程，使用聚合的点击流数据确定客户使用过程中哪个症结问题导致客户遗弃购物车。

除了算法发现，该解决方案还让法国航空可以通过帮助台发现电商可改进的地方。例如，如果客户拨打法国航空帮助台，客服可以“回放”最后一个浏览会话 - 从而可以快速地发现站点业务逻辑中的错误，如允许客户选择早于出发日期的返程日期。

Luc Behar 表示：“我们所获的客户体验洞察是无价的，它们帮助我们深入改进我们的电商站点。”

备战未来

因为有 IBM 解决方案每年持续分析超过 1.7 亿次访问，到 2015 年，法国航空可以实现在线销售额达 35 亿欧元的目标。

“改善电商体验意味着改进成千上万的关键细节，”Luc Behar 说。“自动化客户体验管理是法国航空变革流程的主要推动因素。”

解决方案组件

软件

- IBM® Tealeaf® Customer Experience Management

详细信息

有关 IBM 管理解决方案的更多信息，请联系您的 IBM 销售代表或 IBM 业务合作伙伴，或者访问以下站点：

- ibm.com/smartercommerce



© Copyright IBM Corporation 2014

IBM France
Centre Relations Clients
110 boulevard de la Salle
F-45760 Boigny-sur-Bionne
France

法国印刷
2014 年 2 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和注册商标。如果这些名称和其他 IBM 已注册为商标的名称在本信息中首次出现时使用符号 (® 或 ™) 加以标记，这些符号表示在本信息发布时由 IBM 拥有这些根据美国联邦法律注册或普通法注册的商标。这些商标也可能是在其他国家或地区的注册商标或普通法商标。Web 站点 ibm.com/legal/copytrade.shtml 上“版权和商标信息”部分中包含了 IBM 商标的最新列表。

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。

此处讨论的数据是在特定运行条件下产生的。实际结果可能有所不同。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