

# IBM Watson Customer Experience Analytics : Créez des expériences client exceptionnelles

Les marques doivent comprendre les parcours de leurs clients dans le temps, sur les différents appareils et autres canaux. Grâce aux capacités cognitives imbriquées dans Watson Customer Experience Analytics, les marques sont en mesure d'automatiser des actions afin d'optimiser et d'améliorer l'expérience client.

Nous avons simplifié l'analyse client et l'avons en même temps alimentée à outrance au niveau de l'informatique cognitive. Avec une plateforme d'analyse avancée et unifiée offrant un accès instantané à des renseignements exploitables à tous les niveaux (qu'il s'agisse de données globales au niveau de l'entreprise ou d'une expérience client individuelle), vous allez pouvoir comprendre le comportement de vos clients et optimiser leurs expériences de façon plus exhaustive et plus pertinente que jamais.

IBM Watson Customer Experience Analytics offre :

Une augmentation de 3,6 % des conversions en ligne et de 2,5 % des conversions mobiles

Un amortissement en 4 mois

196 % de retour sur investissements

Total Economic Impact Report, Forrester Research, novembre 2016. (basé sur les données d'analyse du comportement)

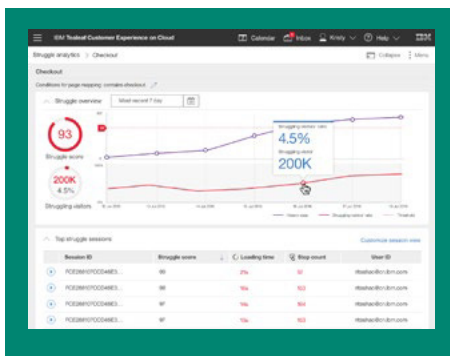
Le système identifie les interactions les plus critiques susceptibles d'occasionner des difficultés sur un parcours donné

Des alertes automatiques sont envoyées en fonction des facteurs de difficultés découverts par le système



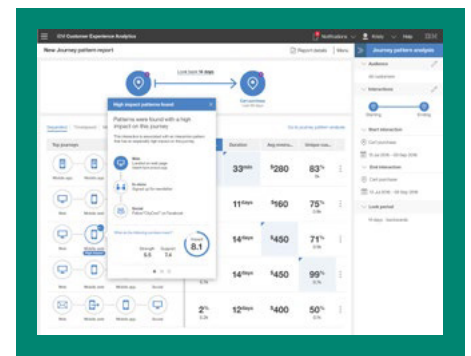
Les parcours client sont présentés sur tous les canaux, et ce afin de déterminer en quoi l'activité sur l'un des canaux influence les conversions sur un autre de ces canaux

Accédez au détail en rejouant les sessions, afin de déterminer où et pourquoi des problèmes peuvent survenir, en étudiant les cheminements durant lesquels les clients ont rencontré des difficultés



▲ **Tableau de bord personnalisable et reporting souple**

Personnalisez le tableau de bord en fonction de votre rôle, afin de pouvoir identifier aisément les tendances et passer de la question à la décision en quelques minutes et non quelques jours.



▲ **Replay des difficultés et détection des points problématiques**

Détectez et évaluez automatiquement les données liées à des difficultés du côté des utilisateurs, et améliorez l'expérience client avec une intervention humaine nulle ou limitée.

**Optimisation et convivialité du site**

Mettez en lumière les défauts qui nuisent à l'utilisation et entraînent une certaine confusion chez le client ; comparez les segments pour optimiser l'expérience, le contenu et les campagnes.

▲ **Analyse du parcours et de l'état d'esprit**

L'apprentissage automatique et les fonctionnalités cognitives permettent d'identifier des schémas spécifiques dans les parcours présentés tout en attribuant un sens aux données des clients.

**IBM Universal Behavior Exchange (UBX)**

UBX assure la fluidité du flux de données entre les technologies IBM et un écosystème de solutions de partenaires, afin de vous proposer un éventail de plus en plus large de possibilités de connexion.

IBM Watson Customer Experience Analytics s'intègre aisément à IBM Marketing Cloud et à IBM Commerce on Cloud. IBM Marketing Cloud permet de concevoir et d'automatiser rapidement des expériences multicanaux cohérentes, d'augmenter l'agilité marketing et d'obtenir plus rapidement un retour sur investissements.

IBM Watson Customer Experience Analytics aide les marques à optimiser leur investissement IBM Commerce on Cloud en permettant une connaissance poussée du comportement des clients, sur la base de schémas historiques d'engagement client menant à une amélioration des expériences et à une prise de décision mieux informée.

**Visualisez la démonstration**