



Vantaggi di Tealeaf CX on Cloud

- Aumentare i profitti eliminando gli ostacoli alla conversione dei clienti
 - Aumentare la fidelizzazione grazie ad un'esperienza ottimizzata
 - Diminuire i costi legati all'IT grazie alla rapida identificazione e risoluzione dei problemi
 - Ridurre al minimo i reclami dei clienti tramite call center ed e-mail
 - Ottenere un rapido time to value e ridurre al minimo i costi IT grazie alla distribuzione come SaaS
-

IBM Tealeaf Customer Experience on Cloud

Una soluzione basata su SaaS per analizzare e ottimizzare la customer experience su web e dispositivi mobili

Introduzione

I canali digitali sono fonte di notevoli profitti per le società B2C e B2B, ma possono essere anche causa di perdite quando i clienti abbandonano dopo aver avuto problemi legati alle transazioni, alla navigazione, all'incompatibilità del browser, ai codici promozionali, al servizio clienti e altro ancora.

Per sfruttare al meglio un canale di e-commerce, è essenziale che la propria attività commerciale abbia visibilità on-demand sui problemi che i clienti si trovano di fronte nell'utilizzo dei siti web e delle applicazioni mobili. Non è sufficiente rilevare un notevole calo nell'invio di moduli o nel numero di acquisti conclusi positivamente. Grazie alle funzionalità di analisi qualitativa, è possibile individuare rapidamente le motivazioni dei problemi prima che ne derivi un grave danno in termini di profitti e di soddisfazione del cliente stesso.

Le soluzioni IBM® Tealeaf® Customer Experience garantiscono al vostro business la visibilità, gli spunti e le risposte necessarie per offrire un'esperienza web e mobile gratificante e senza soluzione di continuità. IBM Tealeaf acquisisce perfettamente tutti i dati relativi ad ogni interazione online per consentirvi di rilevare potenziali trend negativi e possibili fonti di problemi.

IBM Tealeaf Customer Experience on Cloud aggiunge un'opzione in cloud come software-as-a-service (SaaS) alla suite IBM di soluzioni Tealeaf per la gestione della customer experience. Come soluzione SaaS multi-tenant, IBM Tealeaf Customer Experience on Cloud consente di evitare gli elevati costi operativi che un'implementazione on-premise comporterebbe, sfruttando nel contempo la nuova generazione di caratteristiche e interfacce utente di IBM Tealeaf.

Componente fondamentale della piattaforma IBM Customer Analytics, l'offerta Tealeaf SaaS può essere implementata rapidamente per consentirvi di accelerare il time to value, riducendo nel contempo i costi correnti di infrastruttura IT e di manutenzione. L'installazione automatica degli aggiornamenti permette inoltre ai team IT di non investire tempo nell'upgrade a una nuova versione di software on-premise.



IBM Tealeaf Customer Experience (CX) on Cloud offre la possibilità di eseguire analisi sui comportamenti online, nonché analisi esplorative mirate, al fine di rilevare anche minime variazioni nella customer experience, che potrebbero altrimenti passare inosservate. Grazie a funzionalità in grado di garantire qualità e comprensione del cliente man mano che il sito web e le applicazioni mobili vengono modificate e migliorate, IBM Tealeaf Customer Experience on Cloud offre una soluzione completa per analizzare e ottimizzare la customer experience online.

Il valore della gestione della customer experience

I clienti danno per scontata la buona funzionalità di un sito web o di un'applicazione mobile, ma i team che si occupano di e-commerce sanno quanto impegno e attenzione ai dettagli siano necessari per offrire un sito che soddisfi le crescenti aspettative degli acquirenti, che ricercano un'esperienza coerente e rilevante. Dato che ad un carico di lavoro elevato spesso si unisce un ritmo di sviluppo serrato, i team di e-commerce incontrano notevoli difficoltà ad identificare, assegnare un ordine di priorità e risolvere i problemi man mano che si presentano.

In conseguenza di ciò, alcuni problemi possono passare inosservati o restare senza soluzione per settimane, anche se l'azienda nel frattempo perde profitti e spesso i clienti sono indotti a visitare un sito concorrente. Consapevoli dell'impatto che eventuali problemi del sito web possono avere sulla performance aziendale complessiva, le società leader cercano di ottimizzare in modo proattivo la customer experience online utilizzando le soluzioni IBM Tealeaf CX.

Esattamente come la versione on-premise della piattaforma IBM Tealeaf CX, IBM Tealeaf CX on Cloud acquisisce ogni interazione del cliente con il vostro sito web, ovvero ciò che i clienti stanno visitando e visualizzando in ogni pagina, per tutta la durata della sessione. I dati relativi alle interazioni del cliente vengono quindi indicizzati ed elaborati per fornire informazioni utili sulla customer experience online.

IBM Tealeaf CX on Cloud utilizza l'acquisizione dei dati in tempo reale e un motore di eventi anch'esso in tempo reale, per offrire ai professionisti dell'e-commerce nuove opzioni di visibilità e controllo sulla customer experience.

Acquisizione dei dati in tempo reale

IBM Tealeaf CX on Cloud fornisce un metodo in tempo reale per acquisire ciò che ogni cliente sta visitando e visualizzando su ogni pagina, per tutta la durata della sessione. Utilizzando la user interface Capture Software Development Kit (SDK) di IBM, è possibile espandere la soluzione, per ottenere un'acquisizione e riproduzione avanzata delle interazioni nell'ambito delle Rich Internet Applications (RIA) e dei dispositivi mobili (iOS e Android), per le funzioni che sono completamente eseguite nel browser e nelle applicazioni mobili. La user interface Capture SDK

offre anche la possibilità di acquisire i messaggi di errore lato client e i tempi di risposta end-to-end che l'utente finale si trova effettivamente ad avere a disposizione.

La user interface Capture SDK consente inoltre di acquisire i messaggi di errore lato client, come ad esempio le estensioni JavaScript, che si verificano a livello del browser, di misurare il tempo di risposta end-to-end e di correlare le azioni in-page (ad esempio l'ultimo campo modulo con cui si è interagito) con il comportamento dei clienti, per creare indicatori chiave di performance (KPI) di usabilità in-page. Per le applicazioni non RIA, è possibile acquisire le interazioni degli utenti all'interno di una pagina, come ad esempio le attività con i campi modulo, lo scorrimento e i movimenti del mouse per descrivere il comportamento degli utenti di fronte a un modulo.

L'interfaccia utente Capture SDK offre inoltre una riproduzione ad alta fedeltà delle interazioni degli utenti, molto più dettagliata della riproduzione delle pagine web ad elevato contenuto Javascript senza SDK, e funzionalità avanzate di reporting per riesaminare le prestazioni lato client in termini di tempi di rendering, immagini incomplete, allarmi JavaScript e altro ancora.

Motore di eventi in tempo reale

Il motore di eventi analizza in tempo reale i dati acquisiti confrontandoli con le regole definite dall'utente, al fine di fornire informazioni sulle difficoltà incontrate dai clienti, lo stato dei processi di business, i movimenti dei clienti, gli errori delle applicazioni e i problemi di performance. Utilizzando Event Manager, possono essere definite regole relative agli eventi rispetto al verificarsi o meno di semplici condizioni a livello di pagina o di condizioni complesse basate su molteplici azioni all'interno della sessione, comprese la durata e le soglie di utilizzo.

IBM Tealeaf CX on Cloud permette il riconoscimento di pattern avanzati di eventi sia business che tecnici. Alcuni esempi di eventi business sono:

- *Business process*: ogni singola fase di questi processi, oppure il completamento (o mancato completamento) di un processo a più fasi da parte del cliente.
- *Difficoltà incontrate dal cliente*: un cliente che deve ripetere più volte un processo di checkout, cercando di completare la pagina di informazioni sulla fatturazione, oppure ricorrendo alla funzione "Aiuto" più volte.
- *Monitoraggio di prodotti, caratteristiche e servizi*: un prodotto, una caratteristica o un servizio selezionati da un cliente.

Alcuni esempi di eventi tecnici sono invece:

- *Errore dell'applicazione*: un messaggio di errore (ad esempio eccezione Java) o una pagina di errore globale.
- *Risposta dell'applicazione*: pagine che impiegano più di 10 secondi per essere caricate.

La creazione e il mantenimento degli eventi non richiedono modifiche al codice dell'applicazione o conoscenze di programmazione. Per aiutarvi a iniziare rapidamente, Tealeaf CX on Cloud contiene una serie di eventi predefiniti.

Funzioni principali di IBM Tealeaf CX on Cloud

Le funzioni principali di IBM Tealeaf CX on Cloud comprendono Event Manager, Report Builder, Workspace, Session List, Session Timeline, Session Search e Session Replay.

Event Manager

Event Manager è uno strumento di facile utilizzo in cui è possibile gestire tutti gli eventi Tealeaf. Gli eventi sono utilizzati per analisi di segmentazione per comportamenti specifici e per monitorare lo stato del sito. Grazie al monitoraggio dei diversi KPI e misure, è possibile identificare i problemi che impediscono ai clienti di completare le proprie transazioni e raggiungere gli obiettivi che si prefiggono.

La soluzione comprende una serie di eventi standard che consentono di essere produttivi fin dal primo giorno. Event Manager consente poi di creare facilmente ulteriori eventi personalizzati, per separare la reportistica relativa ad una vasta gamma di KPI e misure, quali ad esempio le variabili specifiche per l'utilizzo mobile o i clienti che hanno utilizzato un codice promozionale non valido.



Figura 1. Event Manager consente di gestire tutti gli eventi e di effettuare analisi di segmentazione.

Report Builder

Grazie a widget personalizzati per monitorare i dati dei report, si può essere aggiornati sulle tendenze, le difficoltà e le esperienze negative dei clienti. IBM Customer Experience Tealeaf on Cloud offre la possibilità di analizzare in modo approfondito i dati dei report, per quantificare le caratteristiche di specifiche sessioni. Quanti clienti hanno abbandonato ogni ora? Dove si è registrato il tasso di abbandono più elevato? Qual è l'impatto quantificabile sul business?



Figura 2. Creare report per monitorare i KPI più importanti con Report Builder.

Workspace

I workspace forniscono un ambiente ideale per organizzare tutta la reportistica relativa al monitoraggio dei KPI più importanti per le attività di business. Il workspace può essere personalizzato per le esigenze dei singoli utenti.



Figura 3. I workspace offrono un ambiente personalizzabile e conveniente per la reportistica importante, che gli utenti possono analizzare in modo approfondito.

Session List

Session List offre una vista di alto livello di un particolare segmento delle sessioni quando da Workspace si passa all'analisi del livello successivo. Le colonne visualizzabili possono essere personalizzate, in modo da poter rivedere rapidamente le informazioni relative alla sessione di interesse. Gli utenti le possono ordinare da qualsiasi colonna, così come possono esportare la Session List in diversi formati di file di uso comune. È inoltre possibile approfondire una singola sessione per analizzare i dettagli di un'interazione del cliente.



Figura 4. Session List offre una vista a colpo d'occhio dei segmenti di sessione definiti dall'utente.

Session Timeline

Session Timeline consente di visualizzare i dettagli della sessione, quali eventi si sono verificati e quando. A colpo d'occhio, si può vedere ogni interazione con il cliente dall'inizio alla fine e trovare la causa principale di un problema e il motivo dell'abbandono. Esiste la possibilità di eseguire una ricerca tra varie sessioni, in base a trigger di eventi definiti. Inoltre, la ricerca e la visualizzazione rapida della sessione consentono di effettuare ricerche mirate su sessioni attive e complete e di approfondire il contenuto di una singola sessione tramite la funzione quick view.

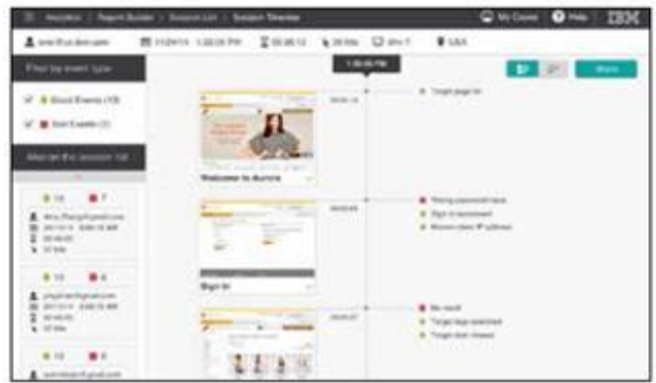


Figura 5. Session Timeline offre rapida visibilità di ogni interazione con il cliente.

Session Search

Session Search è una potente funzionalità che consente di rintracciare una raccolta di sessioni o una particolare sessione. Gli utenti possono effettuare la ricerca per eventi, valori di eventi, valori dimensionali, data/ora, ID sessione, indirizzo IP, URL/nome schermata, attributi della sessione (qualsiasi), profili delle applicazioni, nonché per sessioni attive o non attive. Session Search migliora l'accessibilità alle informazioni e consente di individuare i problemi più velocemente.



Figura 6. Session Search consente agli utenti di rintracciare rapidamente le sessioni effettuando la ricerca in base a diversi valori possibili.

Session Replay

IBM Tealeaf CX on Cloud offre la possibilità di una session replay in un browser standard che mostra una riproduzione pagina per pagina delle interazioni con i clienti sul proprio sito. La riproduzione visiva consente di vedere ogni azione (ad esempio le selezioni dei link), ogni interazione (ad esempio gli inserimenti nei campi modulo) ed ogni ostacolo nella customer experience (ad esempio i messaggi di errore) in modo da poter riprodurre e risolvere rapidamente i problemi relativi al sito. IBM Tealeaf CX on Cloud supporta l'acquisizione e la riproduzione dei siti web con tecnologie RIA, come ad esempio AJAX, per comprendere con precisione le intenzioni e il comportamento del cliente.



Figura 7. Session Replay consente di visualizzare l'esperienza sul sito dal punto di vista del cliente.

Case study: IBM Tealeaf CX on Cloud in azione

John è un e-commerce manager presso un rivenditore online di prodotti per consumatori che hanno uno stile di vita attivo. Nel suo ruolo, John utilizza regolarmente il Workspace di Tealeaf CX on Cloud per monitorare lo stato delle sue attività di e-commerce. Ha personalizzato il Workspace al fine di visualizzare i parametri che ritiene più importanti, quali ad esempio i tentativi di checkout, i checkout effettuati con successo, l'abbandono a causa di un guasto, il valore dei carrelli abbandonati e l'abbandono dovuto a problemi con il browser.



Figura 8. I Workspace di Tealeaf offrono la possibilità di evidenziare a colpo d'occhio i parametri chiave con un approfondimento sui dettagli.

A prima vista, John osserva un tasso del 12 per cento di checkout svolti con successo, una percentuale piuttosto bassa rispetto al 35 per cento atteso. Con pochi semplici click, John è in grado di osservare più in dettaglio il problema tra i clienti che utilizzano il browser Chrome, esaminando sessioni recenti della durata di un'ora, e riscontra un elevato numero di sessioni con causale "difficoltà del cliente", che si riferisce a quando un utente tenta di ripetere un passaggio due o tre volte senza successo.



Figura 9. Tealeaf riassume l'abbandono del carrello su base oraria per tipo di browser.

Per approfondire ulteriormente, John utilizza Tealeaf CX on Cloud per riprodurre le sequenze delle interazioni di uno specifico utente di Chrome che ha abbandonato un carrello. Dato che Tealeaf gli consente di esaminare ogni azione dell'utente, John scopre che il cliente ha inserito "saveten" come codice promozionale per richiedere uno sconto durante il checkout, ma ha ricevuto un messaggio di errore che indica un codice non valido. A seguito di un nuovo tentativo con "save10", ha ricevuto un secondo messaggio di errore. Ha infine cliccato fino a giungere ad una pagina di Aiuto e poi ha abbandonato la sessione.

Facendo qualche ricerca, John viene a sapere che il team di e-mail marketing aveva offerto ai clienti uno sconto con il codice promozionale "saveten", mentre il team di e-commerce aveva impostato il codice "save10%" sul sito web. Dopo averlo segnalato alle parti interessate per risolvere il problema, ricorre a Tealeaf CX on Cloud per valutarne l'impatto.

John elabora un report che mostra tutti gli errori di codice promozionale non valido per ogni browser, e un report in cui viene calcolato il valore degli articoli presenti nei carrelli abbandonati dai clienti che hanno riscontrato il problema.

Poiché Tealeaf acquisisce le informazioni di contatto di ogni utente, John può lanciare una campagna di remarketing per gli acquirenti interessati, per scusarsi dell'errore e invitarli a completare le proprie transazioni. In meno di mezz'ora, John è stato in grado di:

- identificare un'area di rilevante difficoltà del cliente
- individuare la principale causa all'origine del problema
- quantificare l'impatto del problema in termini di mancati profitti
- acquisire informazioni per lanciare una campagna di remarketing per gli utenti interessati dal problema

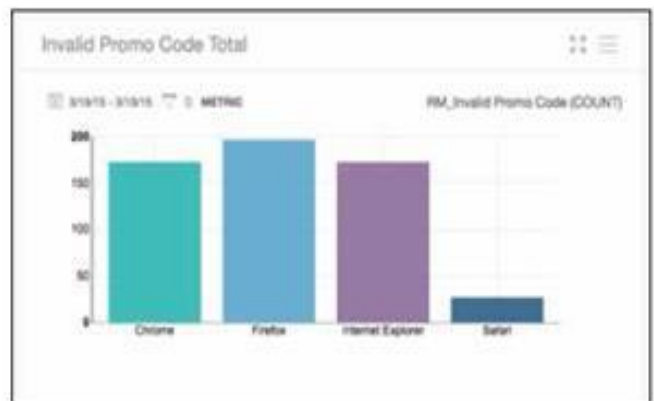


Figura 10. Tealeaf mostra l'abbandono del carrello per i diversi browser tra gli utenti che hanno avuto problemi con un codice promozionale non valido.

Perché scegliere IBM?

Con IBM Tealeaf Customer Experience on Cloud, è possibile identificare eventuali problemi dei clienti e comportamenti anomali sul proprio sito, scoprire le cause alla radice e quantificare l'impatto sul business delle conversioni perse. Grazie a queste informazioni, è possibile assegnare le priorità alle risorse IT per affrontare le difficoltà e migliorare il tasso di conversione e di adozione dei propri canali web e mobili.

IBM Tealeaf Customer Experience on Cloud è parte integrante del portafoglio di soluzioni IBM Tealeaf, che vengono implementate in più di 450 aziende, delle quali 32 sono tra quelle incluse in Fortune 100. Inoltre, le seguenti organizzazioni utilizzano IBM per comprendere i propri clienti e aumentarne la soddisfazione:

- il 44% dei maggiori rivenditori via Internet
- 8 delle prime 10 banche del Nord America
- il 75% delle compagnie di assicurazione contro danni e infortuni
- il 50% dei principali vettori aerei degli Stati Uniti
- tutte le principali società di telecomunicazioni del Nord America

Per maggiori informazioni

Per maggiori informazioni su IBM Tealeaf, siete pregati di contattare il vostro rappresentante o Business Partner IBM, oppure visitate il sito ibm.com/tealeaf



© Copyright IBM Corporation 2015

IBM Corporation
IBM Commerce
Route 100
Somers, NY 10589

Realizzato negli Stati Uniti d'America
Maggio 2015

IBM, il logo IBM, ibm.com e Tealeaf sono marchi registrati di International Business Machines Corporation, depositati in diverse giurisdizioni in tutto il mondo. Altri nomi di prodotti e servizi possono essere marchi registrati di IBM o di altri. Un elenco aggiornato dei marchi registrati IBM è disponibile sul Web in "Copyright and trademark information" sul sito www.ibm.com/legal/copytrade.shtml.

Il contenuto del presente documento è aggiornato alla data originale di pubblicazione e può essere modificato da IBM in qualsiasi momento. Non tutte le offerte sono disponibili in tutti i paesi nei quali IBM opera.

LE INFORMAZIONI RIPORTATE IN QUESTA PUBBLICAZIONE SONO FORNITE "COSÌ COME SONO" SENZA GARANZIE DI ALCUN TIPO, ESPRESSE O IMPLICITE, IVI INCLUSE, A TITOLO DI ESEMPIO, GARANZIE DI COMMERCIALIZZABILITÀ, IDONEITÀ A UNO SCOPO SPECIFICO O DI NON VIOLAZIONE. I prodotti IBM godono di garanzia secondo i termini e le condizioni degli accordi nell'ambito dei quali vengono forniti.



Si prega di riciclare
