

## Solutions IBM Tealeaf

*Apporter au commerce électronique des solutions innovantes pour optimiser l'expérience client*



---

### Les solutions IBM Tealeaf sont conçues pour aider les entreprises de commerce électronique à :

- **Accroître les revenus** : Eliminer les obstacles à une expérience réussie en ligne afin d'améliorer les taux de conversion et la taille des transactions.
  - **Réduire le taux de désabonnement** : Voir et comprendre rapidement les problèmes des clients pour une résolution plus rapide et plus efficace.
  - **Réduire les coûts de support de la production** : Diminuer considérablement le temps consacré à l'identification et à la résolution des erreurs du site web.
  - **Réduire les recherches en cas de litige client** : Récupérer les enregistrements archivés des expériences réelles des clients afin de résoudre rapidement leurs problèmes.
  - **Développer une compétence en matière d'expérience client dans toute l'entreprise** : Créer un langage commun et un feedback entre les différentes parties prenantes de l'entreprise de commerce électronique.
- 

Qu'il s'agisse de B2C ou de B2B, il est évident aujourd'hui que le canal en ligne est un élément essentiel de l'activité commerciale de l'entreprise. Pourtant les responsables de sites web continuent à négliger les utilisateurs qui sont confrontés régulièrement à des difficultés soit pour effectuer des transactions et des procédures en ligne soit pour recevoir un service client efficace qui pourrait les aider dans leurs activités en ligne. En capturant les détails qualitatifs de chaque interaction, les solutions IBM Tealeaf apportent aux entreprises la visibilité, les connaissances et les réponses nécessaires pour s'assurer que leurs sites web offrent systématiquement à leurs clients une expérience en ligne positive et réussie.

### Le problème : le manque de visibilité

L'univers « On Line » est souvent une énigme pour les entreprises. D'un côté, elles sont continuellement en train d'améliorer leurs sites – en tirant parti des toutes dernières technologies – pour offrir à leurs utilisateurs la meilleure expérience possible. De l'autre, l'univers « On Line » ne leur permet pas de voir les clients afin de déterminer si les améliorations apportées constituent un atout ou un obstacle à leur réussite.

Contrairement à ses homologues hors ligne, l'équipe e-business est handicapée par un manque de visibilité sur les expériences réelles des clients. Du fait de ce manque de visibilité, quand un utilisateur ne parvient pas à effectuer des transactions sur le site, il est presque impossible de déterminer les raisons de son échec. Les équipes e-business ne peuvent que se perdre en conjectures : Était-ce une erreur du client ? Notre mode de navigation a-t-il dérouté le client ? Le client était-il préoccupé par le fait de devoir fournir des informations personnelles ? Le site présente-t-il une défaillance technique ? Sans visibilité sur l'expérience réelle des clients, comment l'équipe e-business peut-elle déterminer combien d'autres clients ont échoué de la même manière et, plus important, comment peut-elle empêcher les futurs clients d'échouer également ?

A combien de problèmes cachés et intermittents vous heurtez-vous sur votre site ? Problèmes qui frustreront les clients, contribuent à la perte de revenus et épuisent les ressources du service client et du service informatique, tandis que ces équipes essaient, sans aucune visibilité, de découvrir et de résoudre ces problèmes ? Combien de requêtes adressées à votre service client pourraient être évitées ou traitées plus efficacement si vous disposiez de visibilité sur l'expérience en ligne de vos clients ?

### La solution : Optimisation de l'Expérience client (Customer Experience Management)

Les solutions IBM Tealeaf offrent une visibilité sans précédent sur l'expérience en ligne des clients. Grâce à ces solutions, vous pouvez voir comment fonctionne votre site du point de vue de chacun de vos clients. Ces informations constituent un atout stratégique pour l'entreprise qui autorise une approche proactive pour améliorer considérablement le canal en ligne. Nos solutions sont conçues pour aider les équipes e-business à résoudre rapidement les problèmes qui diminuent la satisfaction client et les revenus des activités en ligne. Les solutions IBM Tealeaf fournissent à l'équipe informatique, au service client et même au service juridique et au service en charge de la conformité une « vue à 360 degrés » sur le client en ligne.

### Exploiter les expériences client passées pour améliorer votre présence sur le web

Utilisant une technologie innovante et brevetée, les solutions IBM Tealeaf sont conçues pour capturer chaque interaction du client avec votre site – jusqu'à l'expérience page par page, au niveau du navigateur. Ce jeu de données étendu de l'expérience client est ensuite exploité sur l'ensemble de notre gamme de produits, fournissant aux principaux intervenants en ligne, tels que l'équipe e-business, le service informatique et le service client, les informations dont ils ont besoin pour analyser, examiner et résoudre les difficultés qui empêchent les clients de bénéficier d'une expérience parfaite sur le site web.

Nos solutions sont déployées passivement dans pratiquement tous les environnements d'applications web, avec un faible risque ou impact pour les applications ou l'infrastructure et ont été éprouvées sur certains des sites les plus importants et les plus sophistiqués du web, notamment 44 des 100 meilleurs détaillants en ligne (dont 7 dans le top 10)<sup>1</sup>, 8 des 10 plus grandes sociétés de holding bancaire<sup>2</sup>, 9 des 12 plus grandes compagnies d'assurance IARD en Amérique du Nord<sup>3</sup>, 10 des 12 portails de voyage les plus utilisés<sup>4</sup>, 50 pour cent des principales compagnies aériennes américaines<sup>1</sup>, et tous les grands opérateurs mobiles d'Amérique du Nord.<sup>5</sup>

### Les avantages potentiels

Les solutions IBM Tealeaf sont conçues pour aider les entreprises à :

- **Optimiser la valeur** de chaque visite client et vérifier que davantage de transactions sont exécutées avec succès.
- **Obtenir une visibilité rapide** sur les difficultés affectant l'expérience en ligne et quantifier leur impact sur l'entreprise.
- **Augmenter l'efficacité du service client** en fournissant aux agents un accès rapide aux sessions des clients en ligne.
- **Identifier et résoudre rapidement** les problèmes d'application cachés ou difficiles à trouver.
- **Préserver les enregistrements** des interactions clients en ligne pour résoudre rapidement et avec plus de précision les litiges clients.

## Les solutions IBM Tealeaf sont conçues pour enregistrer le parcours de chaque client, chaque interaction, à chaque fois

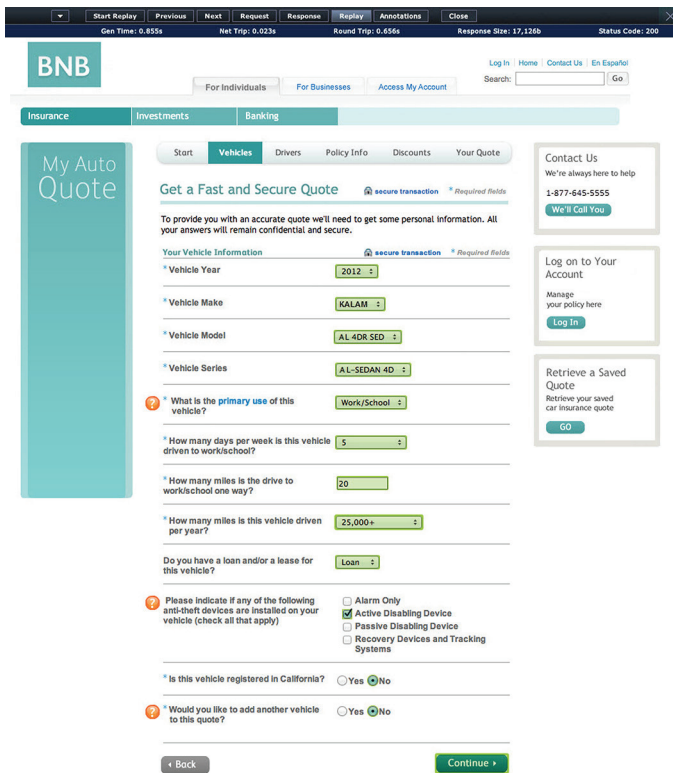


Figure 1 : Exemple d'une session client rejouée qui montre ce qu'un client a saisi sur une page spécifique.

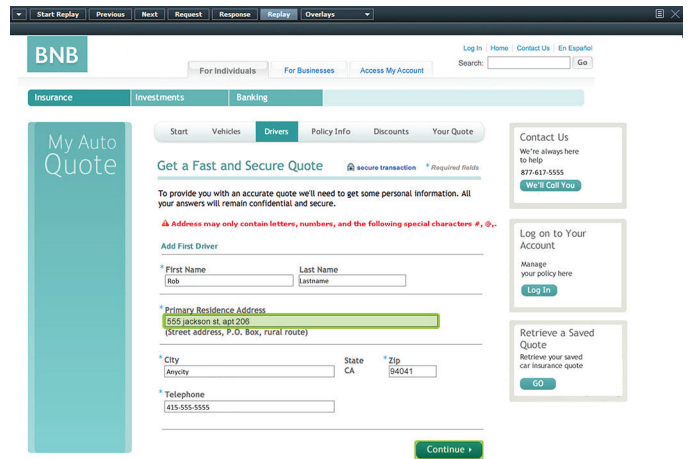


Figure 2 : Exemple d'un message d'erreur reçu sur le site par un utilisateur.

## 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 numériques, 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 ambassadeurs de la marque 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 afin d'augmenter les revenus tout au long du cycle de vie des clients. Avec Price, Promotion and Product Mix Optimization les merchandisers 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 Danone, 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 <sup>®</sup> ou <sup>™</sup>, ces symboles 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> Top 100 des détaillants en ligne : <http://www.internetretailer.com/top500/list/>

<sup>2</sup> Banques : Le Financial Services Fact Book 2012, 80 pour cent des dix premières sociétés de holding bancaires, en total de primes d'assurance

<sup>3</sup> Assurances IARD <http://meuserlaw.blogspot.com/2011/04/top-25-propertycasualty-insurance.html>

<sup>4</sup> Portails de voyages : <http://www.yourbest100.com/web/top-100-travel-sites/#bookingdrop>

<sup>5</sup> Compagnies aériennes : <http://www.businessinsider.com/the-10-best-airlines-in-the-us-2012-10>

© Copyright IBM Corporation 2013



Pensez à recycler ce document