

Ideal Shopping Direct:



L'une des chaînes de téléachat les plus connues au Royaume-Uni

Ideal Shopping Direct s'appuie sur Tealeaf pour bénéficier d'une visibilité sans précédent sur le canal web. L'agilité rendue possible par le temps réel des solutions Tealeaf a contribué à en améliorer de façon significative les taux de conversion et de fidélisation client, ainsi que l'indice de satisfaction.

Ideal Shopping Direct, l'une des chaînes de téléachat les plus connues au Royaume-Uni a toujours compté sur le canal télévisuel pour réaliser son chiffre d'affaires. La société, comprenant parfaitement les préférences de ses téléspectateurs, est capable de proposer des offres extrêmement ciblées à ses clients. Ce sens du marketing lui a permis de créer des chaînes de télévision très populaires. La société reconnaît toutefois vouloir adopter une approche multi canal (web, presse et télévision), dans sa stratégie de développement.

Les synergies naturelles entre la télévision et le web n'ont fait que renforcer l'idée que le canal web représentait vraiment un lieu stratégique où la société devait s'aventurer. En investissant dans la toile, Ideal Shopping a voulu faire du web le canal de convergence des téléspectateurs et internautes. Ceci était important car la société avait besoin de surmonter les difficultés liées à son activité, telles que l'hétérogénéité de ses audiences et la diversité de nature des produits phares entre une chaîne et une autre.

LES DÉFIS

Pour Ideal Shopping, société habituée aux modes opératoires très éprouvés des chaînes de téléachat, le manque de visibilité du comportement du client sur la toile représentait un défi de taille. À la télévision, la société était capable de contrôler chaque levier influençant potentiellement l'expérience client, tels que les produits présentés, les prix et les promotions spécifiques. Cependant, il était beaucoup plus difficile d'atteindre un tel niveau de contrôle avec le web.

De surcroît les outils en place tels que le web analytique, semblaient aller à l'encontre des objectifs de l'entreprise, et limiter les ambitions d'Ideal Shopping. Les indicateurs clés de web analytique permettaient certes de surveiller les tendances globales des sites en termes de revenus et de commandes mais ne fournissaient que trop peu de perspectives servant à mieux appréhender la complexité des comportements des clients. Les outils en place n'étaient donc pas d'une grande utilité dans le cadre des initiatives d'optimisation de l'efficacité des sites de la société.

UNE MEILLEURE APPROCHE

Afin de relever les défis du canal web, Ideal Shopping avait besoin d'une solution de CEM (Customer Experience Management) proposant un reporting digne de plateforme web analytique, avec en plus une capacité de croiser et d'analyser ces données quantitatives avec une perspective qualitative du comportement de chaque client. Grâce à Tealeaf, Ideal Shopping n'en est plus réduite à émettre des hypothèses sur les corrélations entre des variations inexplicables de métriques de conversion et l'expérience réelle vécue par chaque client. Au contraire, Ideal Shopping tire parti des fonctions d'alerte et de relecture unique de Tealeaf (enregistrement page à page de l'expérience réelle du client depuis le navigateur) afin de diagnostiquer et de résoudre rapidement les problèmes engendrant des expériences client non concluantes et frustrantes.

PROFIL CLIENT

Ideal Shopping Direct Plc



Ideal Shopping Plc (S.A.) est une référence de ventes multicanal par excellence au Royaume-Uni. En 2009, la société a réalisé un chiffre d'affaires de plus de 100 M £ grâce à la vente de ses articles via ses chaînes de télévision (Ideal World, Ideal Extra, Ideal & More, et Create & Craft) et ses sites web (idealworld.tv, createandcraft.tv, gardenbargains.com et animalbargains.com).

RETOUR SUR INVESTISSEMENT

- > Tealeaf a permis de mieux identifier les évolutions fonctionnelles prioritaires du site pour optimiser le taux de conversion et rationaliser les ressources informatiques.
- > Tealeaf a permis aux agents des centres d'appels de récupérer 40% des transactions abandonnées par les clients dans une des étapes finales de leurs commandes en ligne.
- > Les enseignements obtenus via Tealeaf ont aidé Ideal Shopping à parfaire le processus d'identification et réduire le taux d'attrition de clients.

1^{ER} BÉNÉFICE : TEALEAF TRANSFORME LES PAGES "SANS ISSUE" EN OPPORTUNITÉS

Problème

Le taux de roulement des produits vendus des chaînes de téléachat est généralement très élevé. En effet, ce canal de communication excelle pour susciter rapidement l'intérêt du client. Toutefois, ces forts pics de demande génèrent aussi des situations de ruptures de stock fréquentes, un manque à gagner évident et une clientèle frustrée. Dans ce contexte, la mise en place d'une vraie stratégie de remplacement des articles "épuisés" représente un enjeu majeur pour Ideal Shopping.

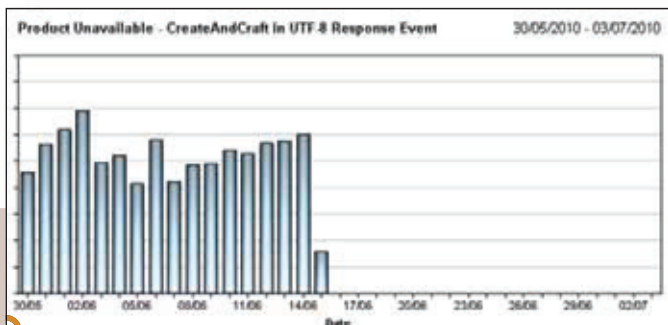
Solution

Tealeaf a décelé qu'environ 500 clients sont confrontés chaque jour au message "stock épuisé" lorsqu'ils consultent un site web d'Ideal Shopping. La télévision est parvenue à diriger la clientèle vers les sites, mais le site web n'a pas la capacité de suivre. En fait, 90% des clients abandonnaient leurs transactions après avoir vu le message "stock épuisé". Tealeaf a permis de qualifier l'ampleur et quantifier l'impact de cette situation, ce qui a conduit à la mise en place de modules de recommandations de produits alternatifs et de hiérarchisation des catégories sur les pages produits.



Tealeaf nous permet d'être pragmatiques dans nos initiatives d'optimisation de sites. Au lieu d'épiloguer sur les problèmes potentiels des sites, désormais nous prenons des décisions basées sur les faits, sur les comportements concrets du client. Tealeaf nous a véritablement aidé à améliorer la qualité des interactions des clients web avec notre marque.

Mike Hancox | PDG d'Ideal Shopping Direct



Avantages

Ideal Shopping a su exploiter les enseignements obtenus via Tealeaf pour optimiser sa gestion de stocks et ses ventes en ligne. Du fait de cette nouvelle approche, des alternatives pertinentes aux articles "épuisés" sont désormais proposées aux internautes et le nombre de commande a considérablement augmenté.

2^{ÈME} BÉNÉFICE : LES PRÉCISIONS RÉVÉLÉES VIA TEALEAF ONT PERMIS AUX TÉLÉVENDEURS DE RÉCUPÉRER 40% DES TRANSACTIONS ABANDONNÉES PAR DES CLIENTS SE TROUVANT DANS L'ENTONNOIR DE CONVERSION

Problème

Certains internautes naviguent simplement sur le site sans aucune intention d'achat. D'autres souhaitent passer commande mais abandonnent suite à de mauvaises expériences en ligne. Ideal Shopping devait trouver un moyen efficace pour améliorer les taux de conversion de ces derniers, dans la mesure où ils faisaient preuve d'une réelle intention d'achat.

Solution

Afin d'améliorer le taux de conversion, Ideal Shopping a mis certaines données contextuelles de Tealeaf à disposition des équipes de télévendeurs. Grâce à Tealeaf, la société sait désormais identifier quels clients ajoutent des articles à leur paniers, entament le processus de commande, mais ne terminent pas leurs transactions. L'équipe du centre d'appel est capable de recontacter ces clients afin de les aider à effectuer leur transaction. Par la même occasion, les agents recueillent les retours pertinents des clients qu'ils transmettent à l'équipe de développement afin d'améliorer encore plus les efforts d'optimisation du site.

Avantage

Le centre d'appels a ainsi pu placer la barre plus haut en offrant un service client de qualité grâce à Tealeaf. En seulement huit semaines d'utilisation de Tealeaf pour valoriser le travail des télévendeurs, Tealeaf a permis à la société d'augmenter son taux de conversion de 40 % grâce aux rappels ciblés des internautes n'ayant pas effectué leur transaction. En fait, les gains de profits imputables à ces premières campagnes d'appels ciblés ont déjà largement remboursé l'investissement d'Ideal Shopping dans la solution Tealeaf.

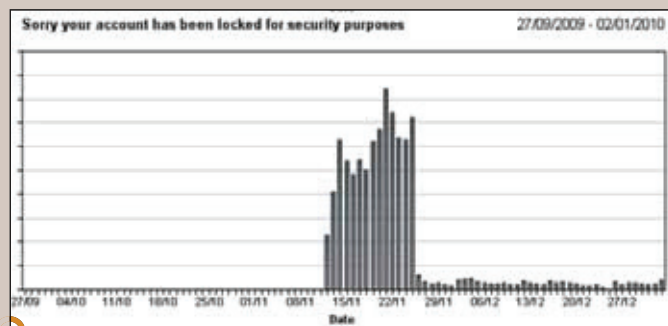
3^{ÈME} BÉNÉFICE : LES ENSEIGNEMENTS OBTENUS VIA TEALEAF ONT PERMIS D'AMÉLIORER LE PROCESSUS D'IDENTIFICATION ET D'ÉVITER TOUTE FRUSTRATION CLIENT SUR CETTE ÉTAPE

Problème

Comme pour beaucoup de vendeurs en ligne, les clients d'Ideal Shopping doivent d'abord s'identifier avant d'effectuer leurs transactions. La société se doutait que ce passage obligé ennuyait les clients et pouvait avoir un impact négatif sur le taux de conversion. Toutefois, aucune preuve ne permettait à Ideal Shopping de confirmer cette théorie.

Solution

Grâce à Tealeaf, Ideal Shopping a pu identifier et analyser les clients ayant eu un problème d'identification. Il est rapidement devenu évident que le processus d'identification avait un impact négatif sur le taux de conversion. En effet, environ 200 clients rencontraient quotidiennement des problèmes pour accéder à leur compte ou passer commande. Le problème est devenu encore plus flagrant lorsqu'Ideal Shopping a pu visionner grâce à Tealeaf le « film » des sessions affectées: le compte des clients était verrouillé après seulement trois échecs d'identification. S'appuyant sur cette perspective, la société a augmenté le nombre de tentatives possibles avant le verrouillage de l'accès au compte.



Avantage

Ces petits changements ont engendré d'importants gains de profit, car le nombre de clients dont l'accès au compte a été verrouillé a été réduit, passant d'environ 500 à 25 par jour. Ainsi, le taux d'abandon du panier d'achat a été réduit et le taux de conversion client a connu une forte croissance.

Il aurait été difficile d'identifier et de résoudre ce problème sans les précieux enseignements obtenus via Tealeaf.

À PROPOS DE TEALEAF TECHNOLOGY

Tealeaf fournit des solutions de CEM en ligne et est le leader incontesté de solution d'analyse du comportement du client. Les solutions de CEM de Tealeaf comprennent une suite d'analyse de comportement du client ainsi qu'une suite d'optimisation du service client. Pour les sociétés donnant une priorité stratégique à la qualité de l'expérience client, ces solutions fournissent, une visibilité unique et transverse sur les interactions en ligne de chaque internaute, dans le but de surveiller et d'optimiser constamment les performances des sites web & mobile. Cette vision « à 360 degrés » de l'expérience du client en ligne permet aux sociétés de faire bénéficier à leurs responsables e-commerce, informatique, service client et les spécialistes de litiges et contentieux d'un langage commun pour comprendre et optimiser ensemble l'expérience client web & mobile. Fondée en 1999, Tealeaf est une société non cotée, dont le siège social se situe à San Francisco, Californie (États-Unis d'Amérique).

Pour plus d'informations, consultez le site : www.tealeaf.com