

Agence de voyage haut de gamme à dimension internationale.

En identifiant les difficultés rencontrées par les clients, Tealeaf aide Kuoni à optimiser la convivialité et le taux de conversion de ses différents sites de sélection et de vente de voyages.

Kuoni fournit des services de première qualité aux clients les plus exigeants sur des destinations haut de gamme. Forte de cette expérience, l'entreprise sait à quel point il est primordial de fournir la meilleure expérience en ligne du marché. En permettant à ses clients de naviguer aisément sur son site, que ce soit pour «consulter» ou «réservé», l'agence de voyage conserve une longueur d'avance sur ses concurrents, augmente ses revenus en ligne et préserve son image de marque.

## DÉFIS

Les clients naviguent sur les sites Kuoni de manière imprévisible, selon leurs préférences ou leurs propres motivations d'achat. Même les clients qui ne rencontrent aucune difficulté quittent souvent le site au milieu d'une commande pour comparer les prix, vérifier le solde de leur compte bancaire ou tout simplement parce qu'ils sont dérangés. Les outils de web analytique étant incapables de différencier ces différents scénarios, Kuoni ne parvenait pas à identifier les raisons pour lesquelles les utilisateurs du site abandonnaient leurs réservations et était incapable d'implémenter un plan d'action efficace pour supprimer ces points de friction apparents.

En outre, la gestion de n'importe quelle plateforme en ligne implique la nécessité d'en modifier rapidement et constamment le contenu afin d'indiquer les nouveaux tarifs, les nouvelles offres et les disponibilités. Mais ces modifications en temps réel sont une source d'erreurs inévitables. Les possibilités d'actions correctives afin de résoudre ces problèmes sont limitées par la disponibilité des informations concernant les zones du site ayant posé problème aux clients. Il est donc difficile de comprendre quels éléments du site sont à améliorer. Attendre les plaintes des clients ou regarder chuter les réservations ne sont pas les meilleurs moyens d'optimiser un site.

La société Kuoni avait besoin d'une solution qui lui permette de comprendre le comportement du client et l'informe immédiatement de toute difficulté rencontrée par ses clients sur son site. Il lui fallait également un moyen plus efficace d'évaluer l'impact de ces problèmes sur les réservations et sur ses résultats financiers.

## PROFIL CLIENT



Le groupe Kuoni, un poids lourd dans le domaine du tourisme à l'échelle internationale, a renforcé sa position de manière constante et méthodique sur le marché mondial du voyage, en exploitant des succursales dans plus de 45 pays en Europe, en Asie, en Afrique, en Australie et en Amérique du Nord. Cette société a été qualifiée de « Tour opérateur numéro 1 mondial » par le World Travel Award (concours annuel) onze années consécutives.

## RETOUR SUR INVESTISSEMENT

- > Tealeaf a identifié un problème sur un système de réservation qui touchait près de 35 % des clients potentiels.
- > Tealeaf a contribué à l'identification de problèmes d'utilisation concernant des incitations à l'achat d'assurances, génératrices de revenus pour l'entreprise.
- > Les enseignements obtenus via Tealeaf ont permis à Kuoni de fournir aux clients un service plus personnalisé qui a augmenté le retour sur investissement engendré par la fréquentation du moteur de recherche.

## UNE MEILLEURE APPROCHE

C'est en choisissant la solution de CEM (Customer Experience Management) de Tealeaf que Kuoni a réglé ses problèmes en ligne. Tealeaf est capable de relire les sessions des visiteurs page par page, depuis le navigateur, ce qui permet d'obtenir une analyse du comportement client d'une qualité inégalée. Grâce à Tealeaf, Kuoni peut désormais dépister et résoudre les problèmes rencontrés par les clients dans les systèmes opérationnels avant que leur impact sur la clientèle ne s'aggrave. Cette solution permet également à Kuoni de différencier les vraies défaillances du site et les comportements habituels des clients qui ne méritent pas un intérêt particulier.

De plus, les enseignements obtenus via Tealeaf reposent sur de vraies données comportementales et permettent à Kuoni de prendre des décisions plus judicieuses afin de développer ses applications, d'améliorer son service client et de hiérarchiser l'importance des problèmes de sites.

**Tealeaf nous a permis de mettre en évidence la source - jusqu'alors indétectable - d'obstacles rencontrés par nos clients sur le site. Forts de ces enseignements, nous avons pu lancer des chantiers très concrets, comme par exemple la refonte complète de notre moteur de réservation afin de l'adapter aux préférences comportementales de nos clients.**

Joachim von Maltzan | Responsable Groupe de l'Expérience Utilisateur, Kuoni

## 1<sup>ER</sup> BÉNÉFICE : TEALEAF A IDENTIFIÉ UN PROBLÈME DE RÉSERVATION QUI TOUCHAIT PRÈS DE 35 % DES CLIENTS

### Problème

Lorsque les familles partent en vacances, il est fréquent que les enfants partagent la chambre de leurs parents. Malheureusement, le système de réservation de Kuoni n'était pas configuré pour ce scénario, car les chambres étaient attribuées automatiquement en fonction du nombre de places réservées sur le vol correspondant. Les parents ne pouvaient donc pas adapter leur hébergement à leurs besoins spécifiques et abandonnaient leur réservation à cause de cette restriction. Kuoni n'avait pas conscience que près de 35 % de sa clientèle abandonnait ses réservations pour cette raison chaque jour.

### Solution

Tealeaf a permis à Kuoni de reproduire ces sessions abandonnées par les clients afin d'identifier rapidement la cause du problème et d'en évaluer la fréquence. En raison de son impact significatif en termes de revenus, ce problème a donné lieu à une révision du moteur de réservation de la société.

### Avantage

La visibilité apportée par Tealeaf a permis à Kuoni de s'assurer que le nouveau moteur de recherche répondait aux attentes de la clientèle et garantissait une expérience client positive. Le niveau de visibilité obtenu via Tealeaf a donc aidé Kuoni à concevoir un nouvel espace de réservation afin d'augmenter ses taux de conversion et régler un problème qui provoquait l'insatisfaction et la perte d'une partie de sa clientèle.

## 2<sup>ÈME</sup> BÉNÉFICE - TEALEAF A CONTRIBUÉ À L'IDENTIFICATION DE PROBLÈMES D'UTILISATION CONCERNANT DES INCITATIONS À L'ACHAT D'ASSURANCES GÉNÉRATRICES DE REVENUS POUR L'ENTREPRISE.

### Problème

L'option d'achat d'assurances voyages au cours du processus de réservation représente une source de revenus non négligeable pour Kuoni. Mais la société a remarqué que les commandes d'assurances n'étaient pas aussi fréquentes que prévu. En menant une batterie de tests approfondis, Kuoni a établi que ses faibles taux de conversions étaient dus à un manque de convivialité du site. Il restait à valider cette hypothèse en évaluant l'impact réel du problème sur les utilisateurs.

### Solution

En examinant la relecture des sessions clients par Tealeaf, Kuoni a remarqué que les visiteurs étaient désorientés lorsqu'il s'agissait de souscrire à une assurance. Manifestement, les options étaient mal positionnées sur la page et donc difficiles à compléter par les clients, quand ils ne les ignoraient pas purement et simplement.

### Avantage

Aujourd'hui, Kuoni utilise Tealeaf pour tester la conception de toutes les offres complémentaires dans le processus de réservation. En augmentant le volume de commandes d'assurances voyages et en réduisant les difficultés rencontrées par ses clients, Kuoni est parvenu à augmenter la rentabilité totale des réservations et à augmenter le niveau de satisfaction de sa clientèle.

## 3<sup>ÈME</sup> BÉNÉFICE - LES ENSEIGNEMENTS OBTENUS VIA TEALEAF ONT PERMIS À KUONI DE FOURNIR AU CLIENT UN SERVICE PLUS PERSONNALISÉ ET AUGMENTER LE RETOUR SUR L'INVESTISSEMENT EN CAMPAGNES DE SEM

### Problème

La clientèle en ligne de Kuoni la plus volatile et imprévisible provient des moteurs de recherche. Ce canal attire une audience très large, de l'internaute de passage au client fidèle et régulier. En fait, le type de client dépend largement du mot clé employé pour trouver le site. Kuoni devait trouver un moyen de mieux comprendre ces clients afin de leur fournir un contenu plus adapté à leurs critères de recherche.

### Solution

Tealeaf a su donner à Kuoni des perspectives uniques sur les rapports entre les mots clés utilisés pour la recherche et les comportements du client en ligne. La société peut analyser son réseau de liens entrants plus efficacement et élabore aujourd'hui des pages de renvoi spécifiques selon le mot ou la formulation employé(e) par le client, ce qui lui permet de fournir à sa clientèle un service beaucoup plus personnalisé.

### Avantages

Pour faciliter l'utilisation d'un site par le client, il est indispensable de connaître ses intentions. Avec l'aide de Tealeaf, Kuoni est parvenue à mieux comprendre ses clients, ce qui lui a permis d'améliorer sa stratégie de search engine marketing et d'améliorer la première impression des visiteurs de ses sites.

### À PROPOS DE TEALEAF

Tealeaf est le principal fournisseur de solutions de CEM en ligne. La famille CX de solutions Tealeaf procure une visibilité sans précédent, de manière transversale, sur toutes des interactions effectuées par chaque utilisateur. Cette vision « à 360 degrés » de l'expérience du client en ligne permet aux sociétés de faire bénéficier à leurs responsables e-commerce, informatiques, service client et les spécialistes de litiges et contentieux d'un langage commun pour comprendre et optimiser ensemble l'expérience client web & mobile. Les clients de Tealeaf se regroupent dans de nombreux secteurs : e-commerce de détail / B2B, banques & assurances, tourisme, télécommunications, industrie pharmaceutique, transports, paris/rencontres en ligne, services à la personne. Tealeaf est une société privée, fondée en 1999, dont le siège social est situé à San Francisco (Californie). Pour plus de renseignements, visitez le site [www.tealeaf.com](http://www.tealeaf.com).