



EBOOK

Le guide de l'expérimentation numérique

Tout ce que vous devez savoir pour tirer
profit de l'expérimentation

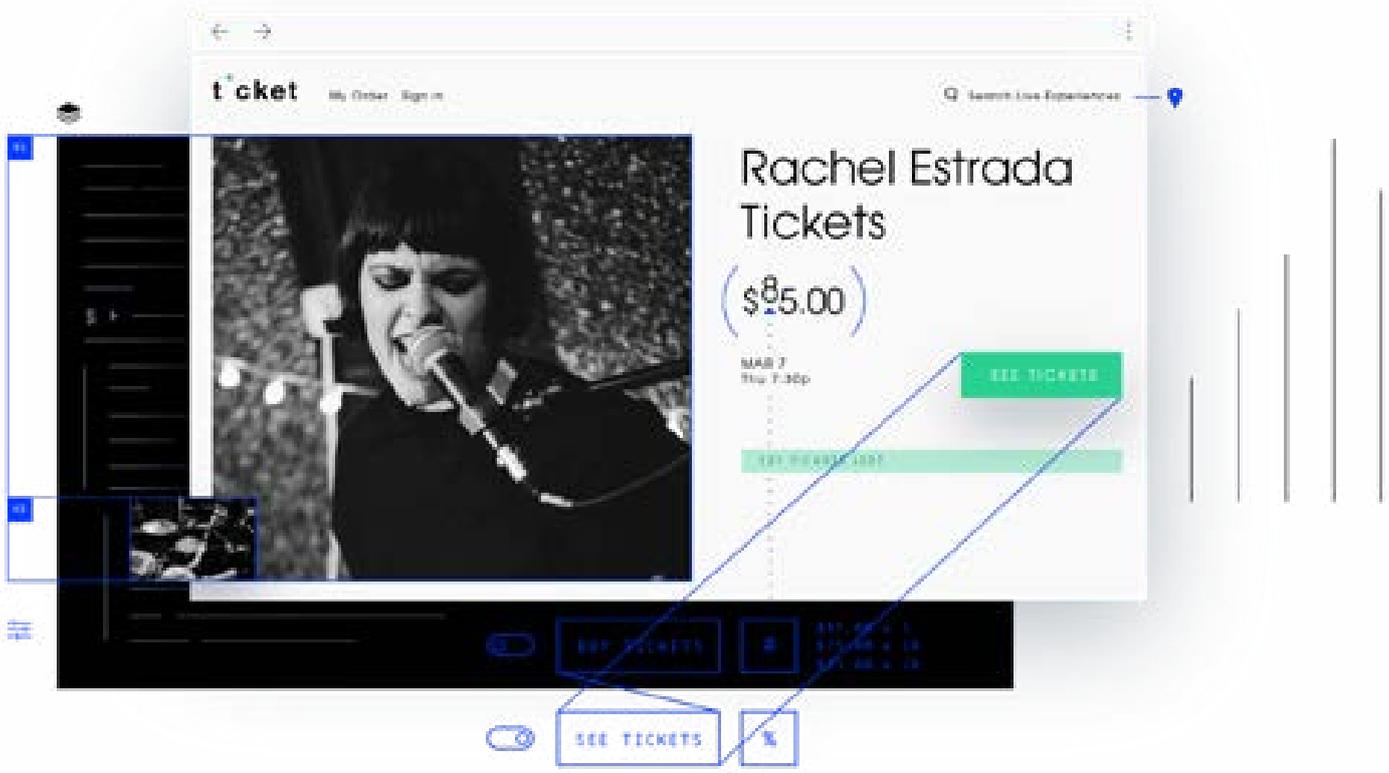
wish**i**bam

CONTENU

- p3** **Bienvenue dans le guide de l'expérimentation numérique**
- p5** **Transformez vos idées en expériences**
- p7** **Construire une expérience gagnante**
- p9** **L'expérimentation en action**

BIENVENUE DANS LE LIVRE BLANC DE L'EXPERIMENTATION DIGITALE

Le manuel d'expérimentation numérique offre un guide pratique pour vous permettre de tirer pleinement parti de cette méthode. Il vous accompagnera dans les étapes initiales et fondamentales, en fournissant cinq feuilles de travail et modèles téléchargeables. Ces outils vous aideront à élaborer efficacement des expériences de haute qualité, à partager les résultats en toute confiance et à intégrer la pratique de l'expérimentation au sein de vos équipes.



L'expérimentation numérique englobe une gamme de méthodes telles que les tests A/B, les tests multivariés, les tests de bandits à plusieurs bras, la recherche sur les utilisateurs, ainsi que l'analyse et la personnalisation. Son objectif est d'optimiser l'expérience client à travers tous les points de contact numériques, garantissant ainsi une expérience utilisateur optimale.

Digital experimentation benefits

- 1** L'expérimentation numérique vous donne la possibilité de réaliser des tests A/B sur l'ensemble du parcours client, dans le but d'atteindre vos objectifs commerciaux globaux.
- 2** Pour optimiser la croissance du chiffre d'affaires, vous avez la possibilité de tester plusieurs entonnoirs de paiement afin d'identifier celui qui encourage le plus les clients à effectuer un achat.
- 3** Pour réduire le taux d'attrition des clients, vous pouvez procéder à des tests de différentes cartes de navigation sur le site web afin de déterminer les actions les plus efficaces à entreprendre pour un nouveau client.

Pour garantir une expérience client de qualité internationale, vous pouvez mener des tests sur différents produits numériques afin d'identifier celui qui suscite le plus l'engagement des clients.

Plus important encore, l'expérimentation numérique vous permet de prendre des décisions éclairées basées sur des données pour atteindre les objectifs globaux de l'entreprise. Le guide de l'expérimentation numérique vous accompagnera dans la création d'expériences de qualité, de l'idéation à la mise en œuvre finale. Il présente les meilleures pratiques pour l'idéation des expériences, la création d'expériences gagnantes et le partage des résultats.



L'expérimentation est un accélérateur de croissance

Tessa Perdriel @ Wishibam

Transformez vos idées en expériences

Le processus d'expérimentation numérique repose sur cinq éléments clés. En suivant ces étapes, vous pourrez rapidement élaborer des expériences de qualité, basées sur des données, et ainsi accélérer la réalisation de vos objectifs commerciaux globaux.



Recherche

Recueillez des données pertinentes sur les clients, en incluant à la fois des données qualitatives (telles que les enquêtes et les commentaires des clients) et des données quantitatives (comme l'analyse du web et les conversations).



Ideate

Analysez les données collectées sur les clients afin d'identifier les problèmes et les points à améliorer. Déterminez le problème spécifique que vous cherchez à résoudre pour le client. Ensuite, définissez clairement votre objectif principal et les mesures de succès pour cette expérience.



Refine

Formulez une hypothèse axée sur le problème, en identifiant ce qui, selon vous, nécessite un changement, quels en seront les résultats anticipés, et les raisons de ces changements.



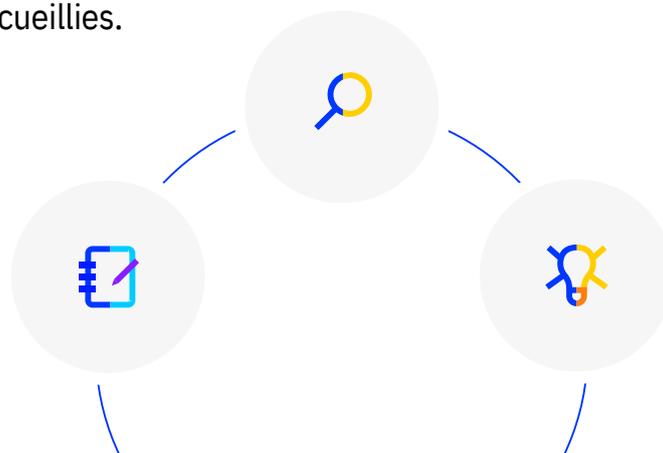
Plan & run

Élaborez une feuille de route pour l'expérimentation qui inclut Les mesures clés, la durée et le public cible seront définis, puis l'expérience sera lancée auprès d'un petit sous-ensemble d'utilisateurs.



Review

Revue des résultats des expériences afin de déterminer s'ils confirment ou infirment l'hypothèse initiale, suivi de la diffusion des résultats en interne. Ensuite, définissez les prochaines étapes en prenant des décisions basées sur les données recueillies.



Construire une expérience gagnante par la coopération transversale

Le rôle vital du partage des résultats

Je constate quotidiennement l'importance du partage des résultats sur des sujets techniques en entreprise. Cette pratique peut s'effectuer de diverses manières, mais son objectif demeure toujours le même : améliorer la communication et la collaboration entre les équipes.

Lorsque les équipes partagent leurs résultats et leur vision, elles peuvent mutuellement apprendre et identifier des opportunités d'amélioration. Cela peut se traduire par des gains de productivité, une meilleure qualité des produits et services, ainsi qu'une plus grande satisfaction client.

À titre d'exemple, une étude réalisée par Gartner a révélé que les entreprises qui partageaient régulièrement leurs résultats avec leurs équipes étaient 35 % plus susceptibles de surpasser leurs concurrents en termes de croissance des revenus.

De même, une étude menée par McKinsey a démontré que les entreprises investissant dans le partage des connaissances étaient 20 % plus susceptibles d'être innovantes.

Il existe de nombreuses méthodes pour partager des résultats sur des sujets techniques en entreprise. Cela peut passer par l'utilisation d'outils en ligne, des réunions, des webinaires, voire simplement des conversations informelles. L'essentiel est de trouver une approche qui convient à votre équipe et qui encourage les individus à partager leurs idées et leurs expériences. Dans cette optique, il est crucial de favoriser les interventions spontanées et de ne pas décourager celles qui ne sont pas jugées pertinentes.

Pour renforcer la communication et la collaboration au sein de votre entreprise, je vous recommande vivement de partager régulièrement les résultats sur des sujets techniques. C'est une méthode simple et efficace pour obtenir des résultats concrets.

Voici quelques chiffres supplémentaires mettant en lumière l'importance du partage des résultats sur des sujets techniques en entreprise :

- Les entreprises qui partagent régulièrement leurs résultats avec leurs équipes étaient 35 % plus susceptibles de surpasser leurs concurrents en termes de croissance des revenus.
- Les entreprises investissant dans le partage des connaissances étaient 20 % plus susceptibles d'être innovantes.
- Les équipes qui partageaient leurs résultats étaient 15 % plus productives que celles qui ne le faisaient pas.
- Les équipes qui partageaient leurs résultats étaient 20 % plus satisfaites de leur travail.

Comme vous pouvez le constater, il existe de nombreuses raisons de partager les résultats sur des sujets techniques en entreprise. C'est une approche simple et efficace pour obtenir des résultats tangibles. Si vous aspirez à améliorer la communication et la collaboration dans votre entreprise, je vous encourage vivement à adopter cette pratique.

Comment partager vos résultats?

Présentez aux cadres dirigeants les résultats de votre expérimentation numérique, y compris les objectifs et les buts de l'expérimentation, l'aperçu des résultats et les décisions fondées sur les données qui ont été prises.

Envoyez régulièrement à l'ensemble de l'organisation des courriels décrivant votre expérience et ses résultats. Utilisez les bulletins d'information internes de l'organisation pour transmettre des informations et des enseignements à l'ensemble des services.

Organisez des présentations "Lunch and Learn" pour l'ensemble de l'organisation. Remplissez les heures de déjeuner de vos collègues avec des présentations et des discussions informelles sur vos expériences et leurs résultats.



L'Experimentation en action

Le Digital Experimentation Playbook propose un processus d'expérimentation. Maintenant, c'est à vous de jouer ! Vous avez peut-être déjà rempli votre cadre d'idéation d'expérimentation avec de nombreuses idées, ou peut-être êtes-vous à la recherche d'inspiration pour commencer. Heureusement, nous sommes des experts dans ce domaine. Voici quelques idées d'expérimentation pour stimuler votre réflexion.



Media

Captiver et divertir les lecteurs et les téléspectateurs avec des expériences uniques afin d'impressionner les annonceurs, en mettant particulièrement l'accent sur le lectorat mensuel, l'engagement vidéo, les visites récurrentes, la durée des sessions et le taux de visualisation des publicités.

Sortez des sentiers battus. Expérimentez

Remplacement des "articles tendance" par des "vidéos tendance" sur la page d'accueil. Introduction du temps de lecture d'un article au début de chaque article. Présentation aux utilisateurs de notes de bas de page pertinentes.



Travel

Attirez les utilisateurs en leur offrant une expérience client exceptionnelle, les transformant ainsi de rêveurs à vacanciers en quelques clics judicieux et bien optimisés, propulsant ainsi vos conversions de réservation vers de nouveaux sommets.

Ne volez pas à l'aveuglette. Expérimentez sur :

Pré-remplir la page d'accueil avec la recherche à partir de champs. Présenter des forfaits personnalisés aux utilisateurs sur la page d'accueil du site web. Simplifier la conception des étapes de la réservation.



Retail

Assistez les utilisateurs tout au long de leur parcours d'achat en leur proposant des recommandations de produits personnalisées et optimisées, ainsi que des expériences de paiement transparentes, afin d'augmenter votre chiffre d'affaires par client.

Prenez des décisions en toute confiance.

Présenter aux utilisateurs les produits des catégories qu'ils ont visités récemment. Ajout de vidéos de mannequins portant les vêtements aux photos des produits. Accroître la visibilité des commentaires et des évaluations des clients pour chaque produit.



B2B

Informez et assistez les visiteurs du site web grâce à une navigation conviviale, des recommandations de produits pertinentes et des informations claires.

Concentrez-vous sur les résultats. Expérimentez :

Mise en évidence des plans, forfaits et caractéristiques les plus populaires sur la page de tarification. Augmenter la visibilité des produits et des solutions dans la barre de navigation. Réduire les formulaires de demande au strict minimum de composants.

C'EST VOTRE TOUR

Le Digital Experimentation Playbook vous a présenté les étapes clés pour créer rapidement des expériences de qualité, des expériences qui placent le client au centre et qui vous aident à atteindre vos objectifs commerciaux globaux. Maintenant, c'est à vous de mettre ces étapes en pratique. Si vous avez besoin d'inspiration pour votre programme d'expérimentation, consultez ces idées de tests dans notre aperçu de L'expérimentation en action pour différents secteurs d'activité. Mettez ces idées sur papier en remplissant le Cadre d'idéation de l'expérimentation et créez une hypothèse gagnante. Classez ces idées par ordre de priorité à l'aide de l'Index de priorisation de l'expérimentation et développez votre idée principale sur la feuille de route de l'expérimentation. Une fois l'expérience réalisée, analysez les résultats et partagez les principales conclusions à l'aide de notre modèle de présentation des résultats, non seulement avec l'équipe de direction, mais aussi avec l'ensemble de l'organisation. Surtout, répétez l'expérience. Comme vous le savez maintenant, l'expérimentation continue aide les organisations à atteindre leurs objectifs commerciaux.
