



Créer une meilleure expérience numérique

Des défis difficiles à relever...
des avantages importants

Livre blanc





Sommaire

Introduction	3
Portée de l'étude	3
Principaux constats	3
La transformation numérique	4
Dépenses	4
Défis à relever	4
Des départements disparates	5
Avantages potentiels du numérique	6
Livrer une expérience transparente	7
Hierarchiser et reconnaître l'importance d'une expérience transparente	7
Améliorer l'expérience client numérique	7
Utilisation d'une solution CA Technologies	10
Informations sur le parcours client	10
Détails des avantages	10
Pourquoi viser la transparence ?	12
Conclusion	13
Ce que CA Technologies peut faire pour vous...	13

Introduction

Le défi de la transformation numérique est peut-être le défi le plus important que les entreprises aient jamais eu à relever. À une époque où les progrès de la technologie n'ont jamais semblé aussi rapides ni si inexorables, leur impact instantané sur le monde des affaires peut s'avérer oppressant pour qui tente de suivre le rythme. Si tous souhaitent adopter le numérique, la peur de manquer cette transformation est très présente. Toute tentative manquée, ou toute absence de tentative, entraîne le risque pour l'entreprise de prendre un retard qu'elle mettra des années à rattraper, si seulement elle y parvient.

De fait, la transformation numérique peut être un processus difficile à mettre en œuvre de manière appropriée. Une adoption tardive ou un mauvais investissement et c'est tout le processus qui s'interrompt.

Aujourd'hui plus que jamais, il est essentiel que les entreprises parviennent à se différencier afin de se démarquer de leurs innombrables concurrents. Face à des consommateurs qui n'ont jamais eu autant de choix, les entreprises ont toutes les raisons de surveiller ce qui se passe autour d'elles.

Où doivent-elles concentrer leurs efforts pour réussir leur transformation numérique ? La réponse pourrait être dans l'expérience client numérique. Dans un monde où les clients ont pris l'habitude de faire leurs courses en ligne, en naviguant entre des dizaines de sites avant de prendre leur décision, une expérience client transparente pourrait bien être le facteur qui permet de convertir une simple visite en achat. Les clients attendent toujours plus de leurs expériences numériques, et les entreprises ont besoin de répondre à ces attentes et de faire passer leurs services numériques à l'étape supérieure pour offrir un parcours plus complet.

Portée de l'étude

Ce document est basé sur les résultats d'une enquête commandée par CA Technologies auprès du cabinet d'études de marché indépendant Vanson Bourne. Les équipes de Vanson Bourne ont interrogé 200 décideurs informatiques, propriétaires d'applications et développeurs situés aux États-Unis (125) et au Royaume-Uni (75) en juillet et août 2016.

Les personnes sondées travaillent pour des entreprises de plus de 1 000 employés ou affichant un chiffre d'affaires annuel de plus d'un milliard de dollars. Pour entrer dans l'échantillon, les entreprises devaient déjà avoir engagé des initiatives en vue de renforcer leur transformation numérique. Les entreprises retenues opèrent dans les secteurs suivants :

- Services financiers
- Production industrielle
- Technologie et télécommunications
- Vente au détail, logistique et transports
- Autres secteurs d'activité
- Secteur public

Les personnes interrogées devaient elles-mêmes avoir une certaine implication dans des applications mobiles ou Web. 35 % d'entre elles occupaient une responsabilité globale dans le domaine des applications mobiles et 31 % étaient en charge d'applications Web.

À partir de ce point, sauf mention contraire, les statistiques et pourcentages cités dans ce rapport correspondent aux réponses obtenues auprès des personnes interrogées aux États-Unis uniquement

Principaux constats

- La transformation numérique reste un défi pour la majorité des entreprises
 - Plus de 90 % des personnes interrogées ont rencontré des difficultés, malgré une hausse significative des investissements (59 %)
- Les entreprises peinent à offrir une expérience numérique transparente
 - Seulement 28 % des personnes sondées estiment que leur entreprise y parvient totalement
 - Cela peut être dû au fait que 88 % des personnes interrogées disent manquer d'informations sur l'expérience numérique, tandis que 94 % ont besoin d'améliorer leur méthode d'évaluation de l'expérience client
- Pourtant, une solution CA Technologies pourrait aider ces entreprises à collecter les informations pertinentes dont elles ont besoin pour mieux satisfaire leurs clients

La transformation numérique

Dépenses

Face aux pressions, les entreprises accroissent leurs investissements dans des initiatives numériques : cela a été le cas pour 96 % des entreprises de l'échantillon au cours des 12 mois précédents. Et celles qui n'ont pas augmenté leurs investissements ne les ont pas réduits non plus.

Cette tendance à la hausse des investissements semble partie pour s'amplifier : plus de la moitié des personnes interrogées prévoient une augmentation importante dans les 12 prochains mois (54 %) et au-delà (52 %).

99 % des sondés voient dans la hausse des revenus attendue de cette transformation numérique une motivation clé pour tous ces investissements. Ces mêmes personnes anticipent une hausse moyenne de 21 %, un bond pour le moins remarquable, quelle que soit la taille de l'entreprise considérée.

La proportion des entreprises qui ont accru leurs investissements numériques démontre qu'elles prennent le sujet très au sérieux. Dans ce contexte de hausse actuelle et future des investissements, il est plus important que jamais pour toute entreprise de faire les bons choix : si elle n'oriente pas ses investissements de manière optimale, ses concurrents risquent d'y parvenir avant elle.

Si la hausse des revenus est une motivation clé pour les entreprises, elle n'est pas toujours leur première priorité : pour près d'un tiers des sondés, la vraie priorité consiste à optimiser le parcours client (34 %) ou à améliorer les performances et la disponibilité des services numériques (31 %). Les personnes interrogées souhaitent tirer parti des initiatives numériques pour améliorer l'expérience client, ce qui peut aussi être une autre motivation clé des investissements.



Objectifs prioritaires de votre transformation numérique

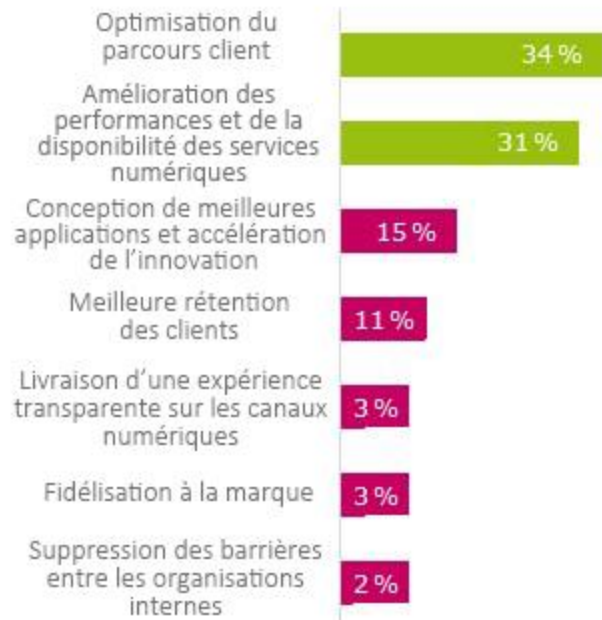


Illustration 1 : « Parmi les objectifs suivants, lesquels sont prioritaires dans le contexte de la transformation numérique de votre entreprise ? » Seules les réponses les plus citées sont affichées. Question posée à toutes les personnes interrogées ; seules les réponses obtenues aux États-Unis sont montrées ici (125 personnes)

Défis à relever

La transformation numérique n'est pas un processus linéaire : une large majorité des personnes interrogées ont vu émerger des défis métier (90 %) et technologiques (91 %) lors de sa mise en œuvre.

La transformation numérique étant indispensable pour leur évolution, il est important que les entreprises parviennent à relever les défis qui lui sont associés pour atteindre les objectifs qu'elles ont définis comme prioritaires, notamment l'optimisation du parcours de leurs clients et l'amélioration des performances et de la disponibilité de leurs services numériques.

Si seulement un tiers des sondés (33 %) voient un défi dans le coût technologique initial, davantage estiment que les délais de mise sur le marché (44 %) et la complexité technologique (42 %) sont des freins autrement plus importants. Or, ces deux freins influent directement sur l'expérience client offerte par l'entreprise. L'argent ne résout pas tout, tandis que les compétences technologiques sont une ressource inestimable.

Ces résultats montrent que les entreprises ont besoin de rester réceptives aux défis potentiels, même lorsqu'elles ont la possibilité d'investir des sommes d'argent importantes : face à certains problèmes, des connaissances plus spécialisées et un savoir-faire technique, disponibles en interne ou obtenus par le biais d'un fournisseur tiers, sont la clé.

Des départements disparates

Les silos de données sont un défi pour 14 % des entreprises qui engagent leur transformation numérique... Et les silos de personnes peuvent aussi poser des problèmes à certaines d'entre elles. Il peut être difficile d'atteindre ses objectifs prioritaires lorsque chaque département de l'entreprise opère sa transformation à son propre rythme.

Toutefois, le manque d'enthousiasme de certains départements face à la transformation numérique peut ne pas être le seul frein à une numérisation à l'échelle de l'entreprise. Seule une minorité des décideurs IT estiment que la transformation numérique est aussi l'affaire des autres départements de l'entreprise (dont le marketing, pour 46 % d'entre eux). Ce manque de soutien et d'encouragement de la part de l'organisation IT peut être un frein pour les autres départements et contribuer à encore accroître les disparités.

Peut-être les personnes sondées n'ont-elles simplement pas conscience que la collaboration serait facilitée si tous les départements étaient au même niveau sur le plan numérique. Cela semble évident au vu des deux réponses les plus citées sur les principaux freins métier : « Certains départements métier sont résistants au changement » (48 %) et « Certains départements tels que l'IT ne soutiennent pas les autres départements » (34 %). Des défis aggravés dès lors que l'organisation IT n'est pas en mesure de reconnaître le besoin des autres départements de passer au numérique.



Défis métiers liés à la transformation numérique



Illustration 2 : Analyse montrant les défis métier liés à la transformation numérique de l'entreprise. Réponses non affichées : « La transformation numérique n'est pas particulièrement bénéfique pour mon entreprise et mon secteur d'activité » et « Nous n'avons pas rencontré de défi métier lors de notre transformation numérique ». Question posée à toutes les personnes interrogées ; seules les réponses obtenues aux États-Unis sont montrées ici (125 personnes)

Les relations peuvent être conflictuelles entre les différents départements de l'entreprise, qui n'opèrent pas leur transition numérique au même rythme. Ces relations conflictuelles sont alimentées par le manque de collaboration entre les départements, ce qui peut provoquer des problèmes au moment du développement d'applications mobiles, la majorité (84 %) des projets impliquant l'engagement de plusieurs départements.

Avantages potentiels du numérique

Malgré leurs degrés variables d'enthousiasme et de réussite concernant la transformation numérique de leur entreprise, les personnes sondées restent convaincues du caractère bénéfique de l'opération : toutes (100 %) y voient au moins un avantage.

Plus de la moitié pense que la transformation numérique permettra d'attirer de nouveaux clients (54 %) et de réduire les coûts IT (54 %), et plus d'un tiers (34 %) y voit un moyen pour leur entreprise de préserver sa compétitivité sur son marché. Ce dernier facteur est crucial dans un monde où la compétition pour gagner de nouveaux clients se joue de plus en plus en ligne.



Bénéfices attendus de la transformation numérique

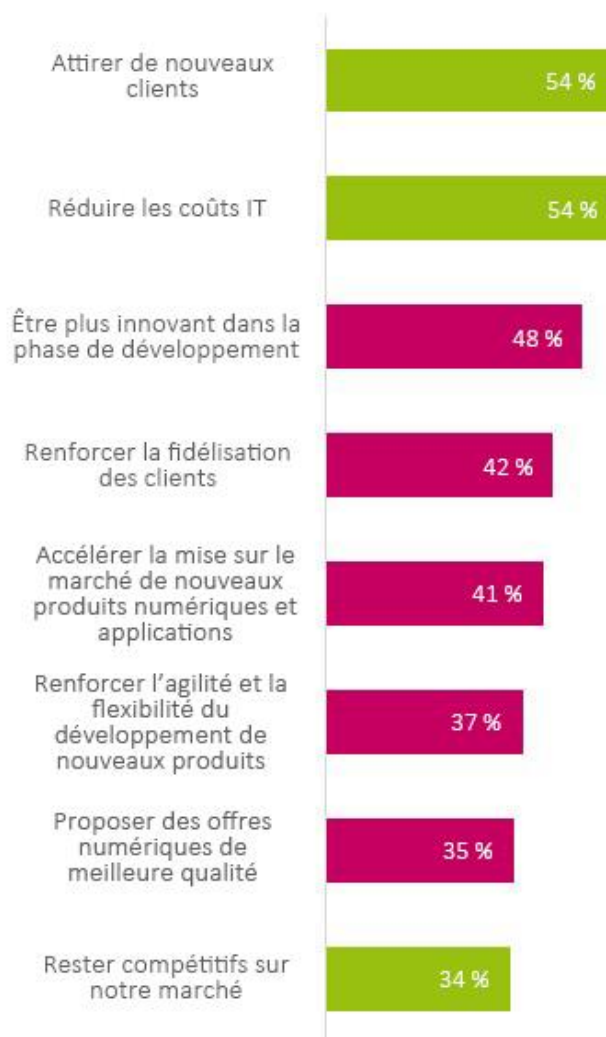


Illustration 3 : Analyse montrant les avantages déjà constatés à la suite de l'adoption du numérique (seules les réponses sélectionnées par 30 % au moins des personnes sondées sont affichées). Question posée à toutes les personnes interrogées ; seules les réponses obtenues aux États-Unis sont montrées ici (125 personnes)

Malgré les défis, les avantages potentiels de la transformation numérique gardent un fort pouvoir d'attraction sur les entreprises. Quel que soit leur état d'esprit face aux défis, les personnes interrogées convergent dans leurs réponses vers la même conclusion : pour rester compétitives, toutes les entreprises doivent entreprendre une transformation numérique.

Offrir une expérience transparente

Hiérarchiser et reconnaître l'importance d'une expérience transparente

Seule une minorité (37 %) des personnes sondées classent la livraison d'une expérience transparente sur les canaux numériques parmi les trois premières priorités liées à la transformation numérique de leur entreprise, mais la moitié d'entre elles (50 %) y voient un domaine d'action important dans la perspective d'améliorer l'expérience numérique de leurs clients.

Si les personnes sondées reconnaissent l'importance d'une expérience transparente pour leurs clients, elles s'intéressent généralement bien plus à des objectifs d'ordre plus générique, notamment l'amélioration des performances numériques (60 %). Cela peut s'expliquer par les défis rencontrés, plus importants et aussi plus nombreux qu'ils ne l'avaient anticipé. En conséquence, seulement 25 % des personnes interrogées pensent que leur entreprise est très efficace pour proposer cette expérience transparente sur de multiples plates-formes, quand seulement 28 % estiment qu'elle y réussit totalement.

Évaluation de la capacité de votre entreprise à livrer une expérience numérique transparente sur de multiples plates-formes

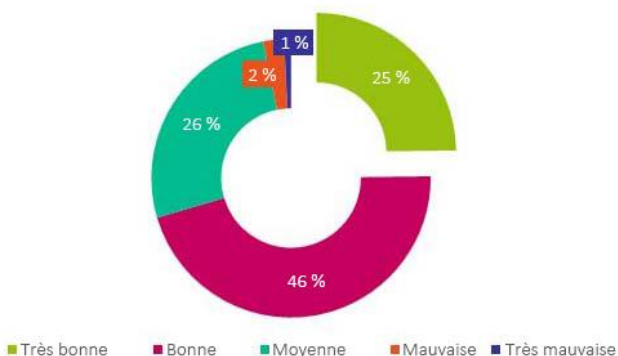


Illustration 4 : Analyse montrant comment les personnes sondées évaluent la capacité de leur entreprise à offrir une expérience numérique transparente sur de multiples plates-formes. Question posée à toutes les personnes interrogées ; seules les réponses obtenues aux États-Unis sont montrées ici (125 personnes)

Les chiffres révèlent cependant une certaine confusion dans ce domaine : bien que les personnes sondées reconnaissent l'importance d'une expérience transparente et souhaitent l'améliorer, près de la moitié d'entre elles (48 %) ne classent pas l'optimisation du parcours client parmi leurs trois domaines d'actions prioritaires. Un nouveau signe que les défis initiaux, liés à la sécurité et aux coûts, constituent autant de freins qui empêchent les entreprises de se concentrer sur des initiatives numériques plus tournées vers l'avenir.

En outre, 90% des entreprises des personnes sondées rencontrent des difficultés pour proposer une expérience numérique cinq étoiles. Ces difficultés sont en fait celles liées à la livraison d'une expérience transparente : un flux omniprésent entre les canaux et les plates-formes pourrait être considéré comme un critère essentiel d'une expérience cinq étoiles, et limiter les défis que les entreprises rencontrent pour l'atteindre.

Amélioration de l'expérience client numérique

Le manque d'informations sur l'expérience qu'elles offrent peut être l'une des raisons qui expliquent qu'un grand nombre d'entreprises rencontrent des défis lorsqu'elles tentent d'offrir une expérience numérique cinq étoiles. La grande majorité des personnes sondées (90 %) indiquent que ces informations leur font défaut. La même proportion estime que leur entreprise pourrait en faire plus pour pleinement appréhender tous les aspects du parcours client.

Ce manque d'informations pourrait également expliquer que la grande majorité des personnes sondées (94 %) estiment que leur entreprise pourrait améliorer la façon dont elle mesure l'expérience client. Des mesures médiocres entraînent une méconnaissance de l'expérience client, ce qui rend la livraison d'une expérience cinq étoiles très difficile.



« Votre entreprise doit-elle améliorer la façon dont elle mesure l'expérience client ? »

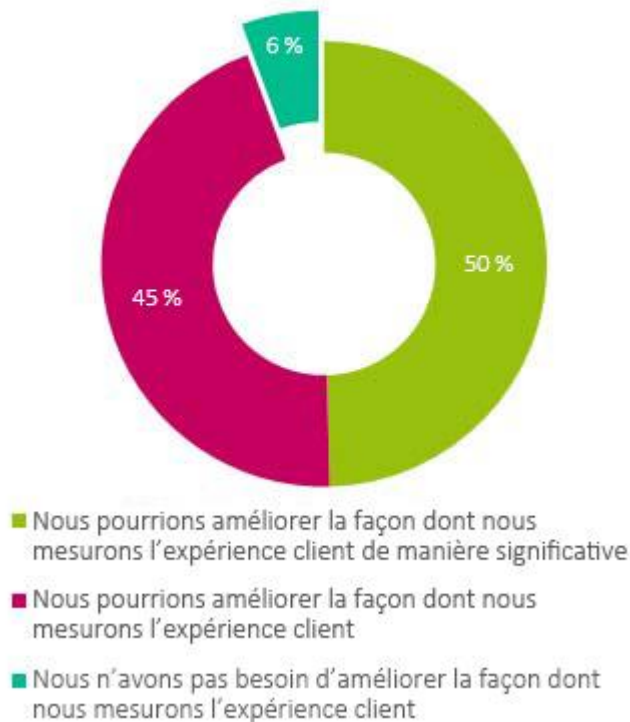


Illustration 5 : « Dans quelle mesure votre entreprise pourrait-elle améliorer la façon dont elle mesure l'expérience client sur les canaux numériques ? » Question posée à toutes les personnes interrogées ; seules les réponses obtenues aux États-Unis sont montrées ici (125 personnes)

Dans quels domaines spécifiques les entreprises manquent-elles d'informations ? 54 % des personnes sondées indiquent manquer de données d'analyse sur l'utilisation qui leur permettraient de connaître l'emplacement des utilisateurs et leur fidélisation notamment.

Près d'un tiers ou plus ont l'impression de manquer d'informations sur le parcours client entre les canaux (42 %), 36 % déplorent l'absence de données d'analyse des performances qui leur permettraient de superviser les transactions depuis les terminaux jusqu'aux systèmes back-end, et 32 % disent manquer d'outils d'analyse développeur pour gérer les pannes et optimiser le flux applicatif.



« De quelles informations sur l'expérience numérique votre entreprise manque-t-elle ? »

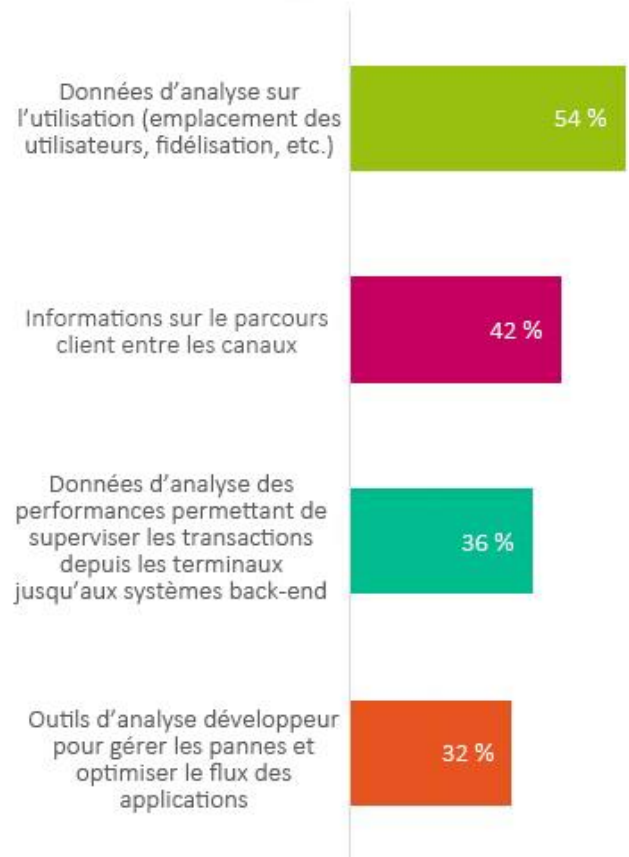


Illustration 6 : « De quelles informations sur l'expérience numérique votre entreprise manque-t-elle actuellement ? » Question posée à toutes les personnes interrogées ; seules les réponses obtenues aux États-Unis sont montrées ici (125 personnes)

Ces manques apparaissent d'autant plus préjudiciables que 99 % des personnes sondées estiment que leur entreprise a besoin d'améliorer au moins un aspect de l'expérience numérique de leurs clients : en moyenne, elles entrevoient trois axes d'amélioration impératifs. Bien qu'elles aient presque toutes (98 %) tenté de travailler sur ces axes d'amélioration, 85 % d'entre elles se sont heurtées à des obstacles.

Un peu plus de quatre personnes sur dix (42 %) perçoivent un manque de cohérence entre les départements de leur entreprise qui explique l'absence d'une stratégie numérique claire. Par ailleurs, plus d'un tiers d'entre elles (35 %) s'inquiètent du manque de compétences techniques en interne pour améliorer l'expérience numérique. Difficile d'apporter des améliorations en l'absence d'une stratégie claire et des compétences requises. Sans stratégie, le risque est que certains départements restent à la traîne dans la course au numérique.

Défis rencontrés dans les efforts pour améliorer l'expérience client numérique

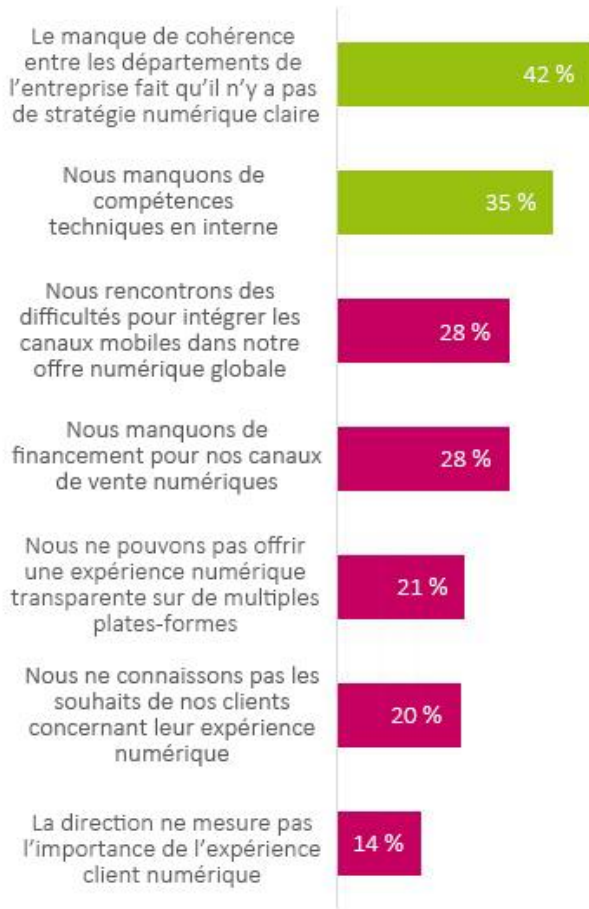


Illustration 7 : « Quels défis votre entreprise a-t-elle rencontrés dans ses efforts pour améliorer l'expérience client numérique ? » Question posée à toutes les personnes interrogées, seules les réponses obtenues aux États-Unis sont affichées (125 personnes)

Pourquoi une entreprise doit-elle améliorer l'expérience client et quels sont les bénéfices pour une entreprise présente en ligne ? Les personnes sondées entrevoient des effets bénéfiques importants, voire radicaux, à l'échelle de toute l'organisation : en améliorant l'expérience client, leur entreprise pourrait attirer plus de clients (70 %), mieux fidéliser les clients existants (54 %) et encourager les nouveaux clients à acheter (54 %).

Avantages liés à l'amélioration de l'expérience numérique

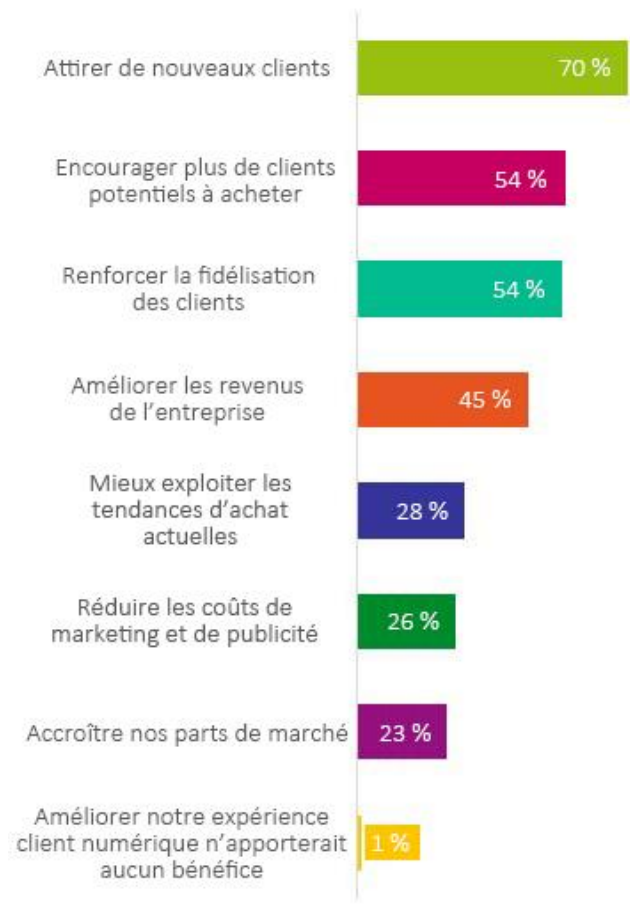


Illustration 8 : « De quels avantages votre entreprise bénéficierait-elle si elle parvenait à améliorer l'expérience numérique de ses clients ? » Question posée à toutes les personnes interrogées ; seules les réponses obtenues aux États-Unis sont montrées ici (125 personnes)

Ces trois bénéfices sont précisément les objectifs que vise habituellement tout distributeur, des objectifs qui lui permettent de se démarquer des autres. Ces résultats prouvent donc encore une fois l'importance capitale d'offrir une expérience client de qualité. Et quelle meilleure place pour offrir cette expérience client qu'en ligne, sur la plate-forme la plus accessible et aussi la plus visible de bon nombre d'entreprises ?

Utilisation d'une solution CA Technologies

Les statistiques affichées dans cette section combinent les résultats obtenus aux États-Unis et au Royaume-Uni

Informations sur le parcours client

Cette étude révèle un manque inquiétant d'informations au sein des entreprises, sur le parcours de leurs clients, leurs performances et leur développement. Est-ce dû au fait que les entreprises n'accordent pas d'importance ou ne réalisent pas la valeur de disposer d'analyses précises en temps réel ? Ou utilisent-elles simplement les mauvais outils ? Pour beaucoup d'entreprises, ce travail d'analyse constitue une activité « en plus », qu'elles réalisent uniquement si elles disposent du budget nécessaire à la fin du trimestre. Et dans ce cas, elles préfèrent parfois recourir à des outils génériques ou excessivement simplistes plutôt que d'investir dans un outil spécialisé et entièrement intégré proposé par un fournisseur tel que CA Technologies.

Le montant de l'investissement numérique réalisé par les entreprises qui utilisent les solutions CA App Experience Analytics et/ou CA Application Performance Management pour mesurer l'expérience client numérique sur les canaux numériques par rapport à celles qui ne les utilisent pas, le démontre bien. Près des deux tiers (65 %) des personnes interrogées dont l'entreprise utilise une solution CA Technologies ont vu croître de manière importante les investissements dans les initiatives numériques au cours des douze mois ayant précédé l'étude, contre 51 % de leurs homologues dont l'entreprise n'en utilise pas. Cette augmentation peut être vue comme le signe d'une maturité numérique plus importante des entreprises qui utilisent une solution CA Technologies : ces entreprises prennent l'expérience client plus au sérieux que la plupart des autres entreprises.

Cet investissement supérieur réalisé par les entreprises utilisant une solution CA Technologies est intéressant, car les utilisateurs concernés ont également indiqué qu'ils avaient constaté une baisse des coûts IT à la suite de leur initiative numérique (63 %, contre 41 % des personnes n'utilisant pas de solutions CA). Avec un volume d'investissement généralement plus important et une moindre proportion de ces investissements orientée vers des fonctions de base, ces utilisateurs sont en mesure de se concentrer sur les aspects plus créatifs de la transformation numérique : les personnes interrogées dont l'organisation utilise une solution CA Technologies ont également constaté un renforcement de leur capacité d'innovation (53 %, contre 37 % dans les entreprises n'utilisant pas de solution CA Technologies).

Avantages vus par les utilisateurs de solutions CA Technologies et les non-utilisateurs (comparatif)

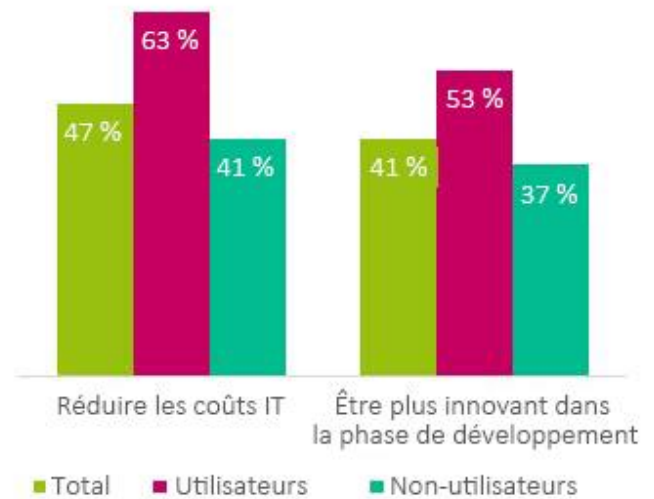


Illustration 9 : Analyse montrant la proportion des personnes interrogées ayant sélectionné les avantages « Réduire les coûts IT » et « Être plus innovant dans la phase de développement » parmi les premiers bénéfices liés à la transformation numérique de leur entreprise. Comparatif entre les personnes sondées dont l'entreprise utilise une solution CA Technologies pour mesurer l'expérience client et celles dont l'entreprise n'utilise pas de solution CA Technologies. Question posée à tous les sondés (200 personnes)

Détails des avantages

En plus d'expérimenter ces avantages, les personnes interrogées dont l'entreprise utilise une solution CA Technologies sont deux fois moins nombreuses à constater un manque d'alignement stratégique de leur entreprise (12 % contre 24 %). Seul un tiers (33 %) des utilisateurs d'une solution CA Technologies éprouvent des difficultés liées à la complexité technologique, contre plus de la moitié des non-utilisateurs (51 %). L'utilisation d'une solution telle que CA App Experience Analytics ou CA App Performance Management semble favoriser une meilleure maîtrise technologique, avec à la clé une capacité d'innovation et un alignement stratégique supérieurs. Vous pouvez plus facilement arriver à destination lorsque vous savez lire la carte.

Tous les avantages cités ne sont intéressants qu'à la condition de se traduire dans des résultats concrets : c'est le cas pour les utilisateurs d'une solution CA Technologies interrogés, plus nombreux

que leurs homologues non-utilisateurs à évaluer leur entreprise comme étant très performante dans les domaines de la fiabilité des applications (43 % contre 25 % de leurs homologues non-utilisateurs de solutions CA Technologies) et de l'innovation (43 % contre 30 %), ainsi qu'au niveau des délais de mise sur le marché (51 % contre 22 %) et de l'intégration multicanal (45 % contre 24 %). Les entreprises dont les équipes utilisent une solution CA Technologies affichent de meilleures performances au niveau de la vitesse de mise sur le marché et du nombre d'applications et de produits commercialisés, mais aussi dans les domaines de l'innovation et de la fiabilité. Le contrat est gagnant pour elles.

Personnes interrogées dont l'entreprise remplit parfaitement les objectifs suivants...

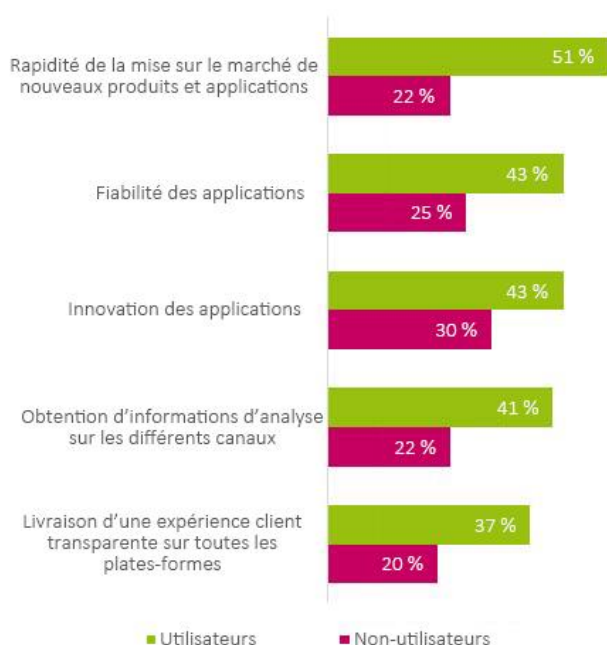


Illustration 10 : Analyse montrant les personnes interrogées estimant que leur organisation est très performante dans les différents domaines cités. Comparatif entre les personnes dont l'organisation utilise une solution CA Technologies pour mesurer l'expérience client et celles dont l'entreprise n'en utilise pas. Question posée à tous les sondés (200 personnes)

Comme nous l'avons mentionné précédemment, il se peut que les entreprises qui se tournent vers des outils d'analyse de contenu plus spécialisés tels que ceux proposés par CA Technologies soient plus matures sur le plan numérique que la moyenne des entreprises. Non seulement elles sont plus susceptibles d'investir de manière bien plus conséquente dans le numérique, mais on y retrouve également plus souvent des équipes de développement et de production qui collaborent entre elles (84 % des personnes dont l'entreprise utilise une solution CA Technologies utilisent l'approche DevOps, contre seulement 54 % dans les autres entreprises).

Adoption de DevOps dans les entreprises utilisant une solution CA Technologies

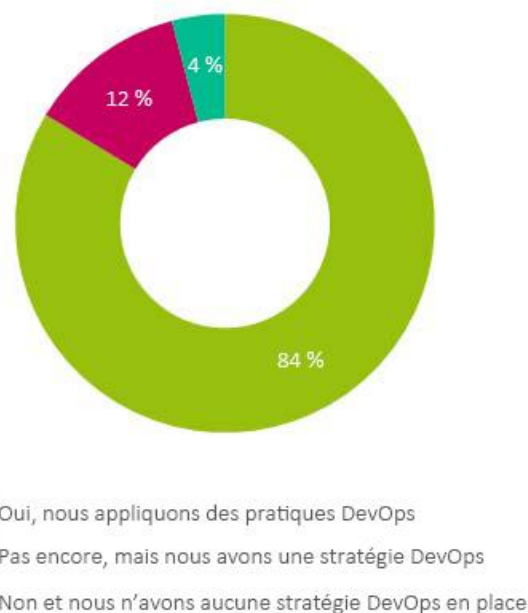


Illustration 11 : Analyse montrant le niveau d'adoption de l'approche DevOps dans les entreprises utilisant une solution CA Technologies pour mesurer l'expérience client. Question posée à toutes les personnes interrogées, seules les réponses des personnes dont l'entreprise utilise une solution CA Technologies sont affichées (49 personnes)

Ces résultats semblent indiquer que ces entreprises sont mieux équipées, à l'échelle globale, pour leur transformation numérique : non seulement elles ont fait en sorte de disposer des ressources nécessaires, mais elles ont également su instaurer une structure et une culture qui rendent possible la collaboration nécessaire à la réussite de la transformation numérique entre leurs différents départements. Pour réussir, tous les départements doivent travailler avec l'organisation IT au développement et à l'intégration des initiatives numériques ; les problèmes de disparité des données et de départements fonctionnant en silos mentionnés précédemment doivent être éliminés. Certaines entreprises semblent y être parvenues.

Qu'en est-il de l'expérience transparente, le « Graal » de tout commerçant en ligne ? Le gain d'innovation constaté peut-il être une solution aux faiblesses précédemment mentionnées (informations sur l'expérience client, collaboration entre les départements et compétences internes) et offrir cette transparence ?

Les personnes interrogées dont l'entreprise utilise des solutions CA Technologies sont près de deux fois plus nombreuses à considérer leur entreprise comme tout à fait performante dans la fourniture d'une expérience omnicanal transparente (41 % contre 23 %). Il n'est donc pas surprenant que ces mêmes personnes soient aussi plus nombreuses à affirmer que leurs clients bénéficient d'une expérience

transparente sur toutes les plates-formes numériques (88 % contre 69 %).

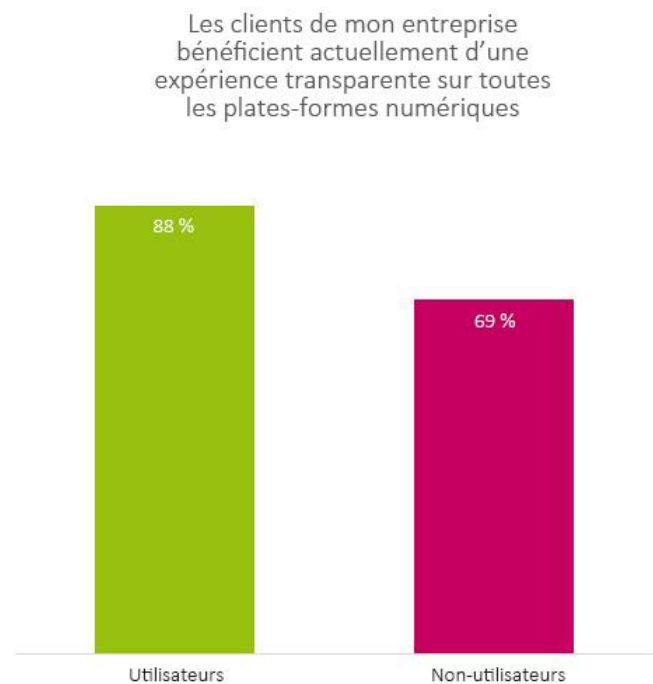


Illustration 12 : Analyse montrant les personnes interrogées estimant que les clients de leur entreprise bénéficient actuellement d'une expérience numérique transparente sur toutes les plates-formes numériques. Comparatif entre les personnes dont l'organisation utilise une solution CA Technologies pour mesurer l'expérience client et celles dont l'entreprise n'en utilise pas. Question posée à tous les sondés (200 personnes)

Pourquoi viser la transparence ?

Le but ultime d'une expérience client améliorée et transparente doit être la satisfaction client, un critère plus important que jamais dans un monde où les consommateurs ont instantanément accès à vos concurrents. Si un client n'aime pas votre site ou votre application, un clic et il est chez votre rival. Les personnes interrogées dont l'entreprise n'utilise pas de solution CA Technologies pour mesurer l'expérience client sont prudentes dans leur évaluation de la satisfaction des clients de leur entreprise : seulement une sur cinq (21 %) les estime satisfaits. Ce taux passe à 47 % chez les personnes interrogées dont l'entreprise utilise une solution CA Technologies. Ce chiffre démontre clairement une différence au niveau de la confiance des personnes sondées dans leurs produits et services.

Niveau de satisfaction client totale

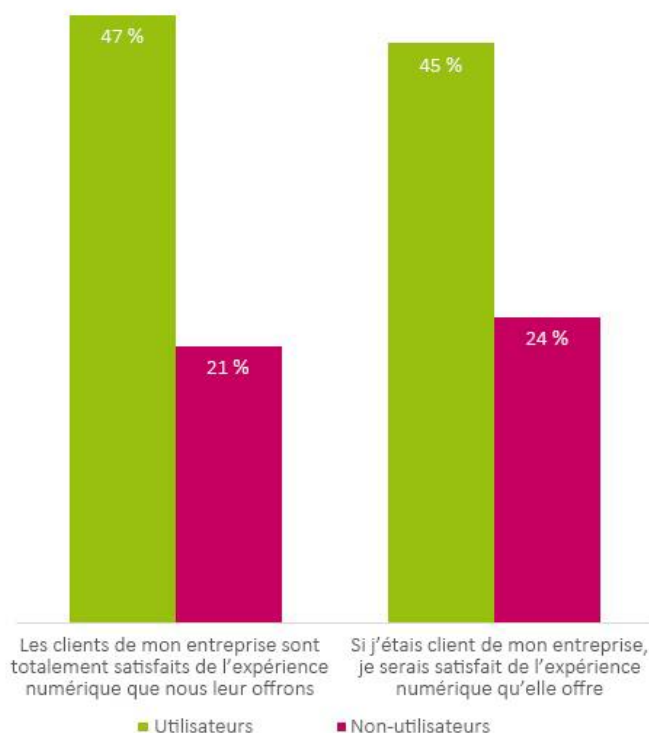


Illustration 13 : Analyse montrant le niveau de satisfaction client. Comparatif entre les personnes sondées dont l'entreprise utilise une solution CA Technologies afin de mesurer l'expérience client et celles dont l'entreprise n'en utilise pas. Question posée à tous les sondés (200 personnes)

Coûts informatiques réduits, meilleures informations sur le parcours client, plus grande capacité d'innovation et meilleure fiabilité des applications, délais de mise sur le marché raccourcis, expérience plus transparente et clients plus satisfaits : les bénéfices constatés par les personnes travaillant avec une solution CA Technologies semblent suivre le même fil rouge. Ces résultats ne font que démontrer l'importance d'une mise en œuvre appropriée de la transformation numérique dès le départ : une fois les bonnes fondations en place, les bénéfices se propagent dans toute l'entreprise jusqu'au client. Et manifestement, sélectionner le bon partenaire pour vous guider et vous assister dans ce processus est déterminant.



Conclusion

Face à la pression continue pour opérer leur transformation numérique, certaines entreprises sont en difficulté. La persistance des difficultés malgré des niveaux importants d'investissement prouve qu'il ne suffit pas de dépenser de l'argent pour les résoudre. Un mauvais investissement s'apparente à un gaspillage.

Les défis rencontrés, que ce soit au niveau du métier (disparité des données, déconnexion entre les départements de l'entreprise, manque d'empathie de la part de l'organisation IT) ou sur le plan technologique (complexité, manque d'innovation), peuvent être autant de freins sur le chemin de l'entreprise vers une transformation numérique réussie. Les niveaux importants des investissements engagés montrent que les organisations reconnaissent l'importance du défi. Pourtant, dans le monde ultra-concurrentiel des services numériques, elles risquent de perdre leur avantage compétitif si elles ne réussissent pas leur transformation numérique.

Par-dessus tout, et surtout en conséquence de cette situation, les entreprises luttent pour offrir une expérience transparente à leurs clients. Il s'agit pourtant d'un objectif d'une extrême importance, dans un monde où l'avènement de la technologie mobile et de l'optimisation mobile impose une présence sur tous les canaux. La déconnexion entre les départements de l'entreprise peut être tout autant destructrice pour la transparence de ses services numériques. Faute d'y remédier, l'entreprise ne pourra pas aspirer à offrir une expérience client transparente, car celle-ci exige la collaboration de tous les départements.

Les entreprises doivent penser à l'étape suivante : que faire pour donner plus au client ? Comment lui offrir une expérience numérique inédite ? Pour répondre à ces questions, elles doivent obtenir plus du numérique, éviter les erreurs de débutant, dépasser les défis liés à l'adoption de la technologie numérique et acquérir des informations sur le parcours de leurs clients.

Elles seront ainsi en mesure d'améliorer l'expérience de ces derniers, donc leur satisfaction, pour renforcer leur attractivité et fidéliser davantage de clients. CA Technologies est-il le bon partenaire pour fournir ces informations ? Les utilisateurs de CA Technologies interrogés affichent des délais de mise sur le marché réduits, plus d'innovation et plus de fiabilité. Cela pourrait expliquer que leurs entreprises soient plus susceptibles de réussir à fournir une expérience transparente à leurs clients, donc à renforcer leur satisfaction.

Ce que CA Technologies peut faire pour vous...

Dans l'économie des applications qui prédomine aujourd'hui, l'expérience de l'utilisateur final est un élément essentiel. Malgré la complexité actuelle de la chaîne de livraison des applications, les utilisateurs finaux exigent une expérience parfaite, quels que soient la façon, le moment ou l'endroit où ils accèdent à votre application. Pour les propriétaires d'applications et les équipes de production IT qui doivent assurer la transformation numérique et garantir une expérience utilisateur cinq étoiles sur le Web, les équipements mobiles et les objets connectés, la solution [CA App Experience Analytics](#) fournit de manière proactive des informations en temps réel sur le comportement des utilisateurs, les tendances d'achat et les performances de tous les canaux.

Mais quelles sont les caractéristiques d'une expérience utilisateur de qualité ? Une conception intuitive, un code exempt d'erreurs et des performances sans faille. Vous avez besoin d'une solution d'analyse qui fournit des informations sur l'expérience numérique et vous aide à déterminer rapidement si un problème rencontré dans une application concerne la conception, le code ou l'infrastructure, afin que vous puissiez le classer avant qu'il n'ait un impact sur l'expérience client. Ces informations, conjuguées à la capacité à suivre le parcours de l'acheteur et à identifier comment, quand et où il utilise l'application, vous aideront à mieux le comprendre pour lui offrir une expérience cinq étoiles sur le Web, les équipements mobiles et les objets connectés.

CA App Experience Analytics vous permet de remplir les objectifs suivants :

Optimisation du parcours client

Amélioration de l'expérience utilisateur sur le Web, les équipements mobiles et les objets connectés afin de livrer une expérience cinq étoiles.

Amélioration des performances numériques

Obtention d'informations sur les performances afin de déterminer si le problème provient de la conception, du code ou de l'infrastructure.

Conception au service de l'expérience utilisateur

Amélioration du développement des applications sur la base d'informations sur les utilisateurs réels.

Pour mettre au point une application appréciée par vos utilisateurs, CA App Experience Analytics vous fournit des informations sur les performances des applications, les développeurs et l'utilisation sur le Web, les équipements mobiles et les objets connectés, le tout dans une seule solution.

Commencez votre [essai gratuit](#) aujourd'hui et soyez prêt à utiliser CA App Experience Analytics en moins de 5 minutes.

À propos de CA Technologies :

CA Technologies (NASDAQ : CA) fournit les logiciels qui aident les entreprises à opérer leur transformation numérique. Dans tous les secteurs, les modèles économiques des entreprises sont redéfinis par les applications. Partout, une application sert d'interface entre une entreprise et un utilisateur. CA Technologies aide ces entreprises à saisir les opportunités créées par cette révolution numérique et à naviguer dans « l'Économie des applications ». Grâce à ses logiciels pour planifier, développer, gérer la performance et la sécurité des applications, CA Technologies aide ainsi ces entreprises à devenir plus productives, à offrir une meilleure qualité d'expérience à leurs utilisateurs et leur ouvre de nouveaux relais de croissance et de compétitivité sur tous les environnements : mobile, Cloud, distribué ou mainframe. Pour plus d'informations, rendez-vous sur le site Web www.ca.com/fr.

À propos de Vanson Bourne :

Vanson Bourne est un cabinet d'étude indépendant spécialisé dans les études de marché portant sur le secteur des nouvelles technologies. Les analyses que nous tirons de nos enquêtes sont plébiscitées pour leur précision et leur fiabilité. Ces enquêtes reposent sur des principes rigoureux et notre capacité à recueillir l'opinion de grands décideurs occupant des fonctions techniques et métier, dans tous les secteurs d'activité et sur tous les grands marchés. Pour plus d'informations, consultez le site www.vansonbourne.com