

Contacts presse

Pour toute information complémentaire, contacter :

Agence Burson-Marsteller i&e – 32 rue de Trévisse – 75009 Paris

Kenza Remaoun

01.56.03.14.21

kenza.remaoun@bm.com

Vincent Darricarrere

01.56.03.12.62

vincent.darricarrere@bm.com

Design, créativité et maîtrise sont les principaux ingrédients d'une expérience client réussie

Paris, 21 octobre 2015 – D'après une nouvelle étude publiée hier par Econsultancy et Adobe, les entreprises qui privilégient le design et la créativité ont nettement plus de chance de s'affirmer comme des leaders de l'expérience client.

Le dernier rapport trimestriel sur l'intelligence digitale, intitulé « the CX Challenge (le défi de l'expérience client) », révèle en effet que les entreprises matures en termes d'expérience client sont trois fois plus enclines que les autres à se déclarer « vraiment » orientées design.

Les trois quarts des responsables interrogés (75 %) au sein d'entreprises matures en termes d'expérience client affirment que la créativité est plébiscitée en interne, contre 58 % seulement de leurs homologues d'autres sociétés.

Selon cette étude basée sur une enquête réalisée auprès de plus de 2 200 professionnels du marketing à travers le monde, ceux qui travaillent dans des entreprises à la pointe de l'expérience client ont deux fois plus tendance à invoquer la responsabilité de l'entité toute entière plutôt que celle d'un service en particulier.

Face à la diversité des points de contact (canaux numériques et hors ligne), les entreprises considèrent l'expérience web sur mobiles et postes de travail comme la pierre angulaire de l'expérience client globale, suivie de près par les e-mails.

La complexité de l'expérience client est perçue par les entreprises comme la toute première entrave à son optimisation, et fait partie des trois obstacles majeurs pour 37 % des personnes interrogées. Pour ceux qui travaillent en agence, c'est l'absence de stratégie globale (45 %) qui s'avère la plus problématique.

Seulement 8 % des entreprises s'estiment « très matures » en termes d'expérience client, au sens où « leur stratégie et leur technologie sont parfaitement alignées et gage de réussite ». Elles sont environ 42 % à s'estimer « relativement matures » et 45 % à se considérer comme « pas très matures » (45 %). Enfin, 5 % se jugent « immatures ».

Selon John Travis, VP EMEA Marketing chez Adobe, « *Les complexités de l'expérience client sont indéniables, et il ne suffit pas d'apprivoiser les nouvelles technologies. Ce rapport révèle que le déploiement d'une expérience client cohérente et pertinente sur la totalité des points de contact est effectivement délicat, mais que les entreprises redoublent d'efforts et réussissent.* »

Cette année, l'étude dresse également les constats suivants :

- Les entreprises se révèlent moins matures en termes d'expérience client sur mobiles, seulement un tiers d'entre elles (35 %) s'estimant « relativement à la pointe » quand six autres pour cent affirment être « très à la pointe » (6 %).

- Plus de la moitié des participants (51 %) reconnaissent que l'expérience mobile façonne plus que jamais leur marque, tandis que plus des deux tiers (69 %) avouent privilégier l'expérience client sur tous les équipements.
- La moitié des personnes interrogées (50 %) au sein d'entreprises matures en termes d'expérience client affirment disposer des processus et workflows collaboratifs dont elles ont besoin pour acquérir un avantage créatif, contre 24 % de leurs homologues dans d'autres entreprises.
- Un cinquième des entreprises (21 %) adoptent l'Internet des objets (IdO) dans le cadre des programmes en faveur de l'expérience client, et cinquante-cinq autres pour cent s'y préparent activement (20 %) ou y songent (35 %). Une « expérience client optimisée » (79 %) est considérée comme le principal atout pour les marques se ralliant à l'IdO, suivie par une meilleure connaissance des clients » (66 %).

Consultez ce rapport :

Ce rapport est disponible dans son intégralité sur le site web Econsultancy <https://econsultancy.com/reports/the-CX-challenge>

À propos d'Econsultancy

La mission d'Econsultancy est d'aider ses clients à atteindre l'excellence dans les activités numériques, le marketing et l'e-commerce par le biais de la recherche, de la formation et de l'événementiel. Fondé en 1999, Econsultancy compte plus de 250 000 abonnés. La société, au service de plus de 500 000 professionnels chaque mois, possède des bureaux à New York, Londres et Singapour.

Nos abonnés à Econsultancy ont accès à diverses ressources (travaux de recherche, données du marché, guides sur les meilleures pratiques, études de cas et cyberformations) qui aident les individus et les entreprises à tirer le meilleur parti du numérique.

L'offre d'abonnement est prise en charge par les services de transformation numérique, qui peuvent inclure des programmes de fonctionnalités, des cours de formation, des évaluations de compétences, ainsi que des audits. Nous formons plusieurs milliers de professionnels chaque année, et organisons des événements et mises en réseau qui fédèrent la communauté Econsultancy présente aux quatre coins du monde

Abonnez-vous à Econsultancy dès aujourd'hui pour atteindre l'excellence numérique plus rapidement.

Contactez-nous pour en savoir plus :

- New York : +1 212 971 0630
- Londres : +44 207 269 1450
- Singapour : +65 6653 1911

À propos d'Adobe Marketing Cloud

Adobe Marketing Cloud permet aux entreprises de se servir des « Big Data » pour s'adresser à leurs clients et prospects, et interagir efficacement avec eux via un contenu marketing ultra-personnalisé, sur l'ensemble des équipements et points de contact numériques. Six solutions étroitement intégrées offrent aux professionnels du marketing un ensemble très complet de technologies marketing axées sur l'analyse, la gestion de l'expérience web et applicative, les tests et le ciblage, la publicité, les médias sociaux et la gestion de campagnes. Le lien avec Adobe Creative Cloud facilite l'activation instantanée des contenus créés sur tous les des canaux marketing. Plusieurs milliers d'entreprises à travers le monde, dont les deux tiers de celles figurant au classement Fortune 50, font confiance à Adobe Marketing Cloud, avec plus de 30 500 milliards de transactions par an.

À propos d'Adobe Systems Incorporated

Adobe révolutionne les expériences numériques à travers le monde. Pour plus de détails, consultez le site www.adobe.com/fr.

© 2014 Adobe Systems Incorporated. Tous droits réservés. Adobe, le logo Adobe et PhoneGap sont des marques ou des marques déposées d'Adobe Systems Incorporated aux États-Unis et/ou dans d'autres pays. Toutes les autres marques citées sont la propriété de leurs détenteurs respectifs.