

Education First se penche sur l'expérience client



EF utilise Decibel Insight, partenaire d'Adobe, pour élargir ses connaissances au-delà de ce qui se passe et de pourquoi cela se produit.

DECIBEL



allure n'est que le début. Celui-ci doit fonctionner à la fois pour les utilisateurs et pour la société. Il nous faut des preuves tangibles que nos efforts et nos ressources concernant le marketing numérique sont pleinement optimisés. »

Helena Boada, analyste marketing numérique, EF



SOLUTION

Decibel Insight intégré à Adobe Analytics et Target via Adobe Marketing Cloud Exchange.

RÉSULTATS



INFORMATIONS

Les nouveaux indicateurs apportent des informations exploitables



RENFORCEMENT

Les parties prenantes peuvent prendre des décisions éclairées et basées sur les données



OPTIMISATION

Augmentation de 20 % du taux d'envoi de formulaires



REVENU

L'augmentation des conversions génère plus de prospects et plus de revenus

Decibel Insight

Decibel Insight transforme les expériences client numériques pour les plus grandes sociétés au monde.

Education First

Ouvrir le monde par l'éducation est la mission déclarée d'EF. Fondée en tant que petite start-up entrepreneuriale en 1965, EF est aujourd'hui la première société privée d'enseignement international au monde.

Le besoin de connaissances plus approfondies

Comme l'explique Helena Boada, analyste en marketing numérique, tout a commencé par une simple question. Il y a des années, elle travaillait avec l'équipe de gestion de contenu chez Education First (EF), et était chargée de changer les images sur 52 versions du site. C'était une tâche manuelle laborieuse et elle a commencé à penser : « Comment savons-nous qu'une image fonctionne mieux qu'une autre ? »

Boada a obtenu un accès à la licence Adobe Analytics de la société et a commencé à tester différents éléments et à suivre les résultats, en utilisant finalement les données pour optimiser les clics sur les propriétés numériques du service. Toutefois, cela n'a pas été suffisant. Les données ne correspondaient pas aux résultats des groupes de discussion, et Boada a décidé qu'elle devait se pencher de plus près sur les données recueillies par Adobe Analytics et savoir exactement comment les visiteurs se comportaient.

« Je voulais vraiment savoir ce qui se passait », raconte-t-elle. « C'est une chose de voir les chiffres, mais il est important de comprendre ce qui se passe de l'autre côté. »

Une approche basée sur les données, mais hautement visuelle

Au départ, Boada utilisait Crazy Egg, mais la fonction de base de l'outil n'a fait qu'augmenter sa volonté d'obtenir des données Web Analytics détaillées. Cette année-là, elle s'est rendue à l'Adobe Summit, déterminée à trouver une solution complémentaire à Adobe Analytics qui lui donnerait un aperçu détaillé des expériences client. En discutant avec plusieurs partenaires d'Adobe, elle s'est rendu compte que la meilleure option était Decibel Insight, une solution d'analyse Web qui révèle exactement comment les utilisateurs se comportent sur les sites et vise à aider les marques à mieux comprendre les problèmes numériques des clients.

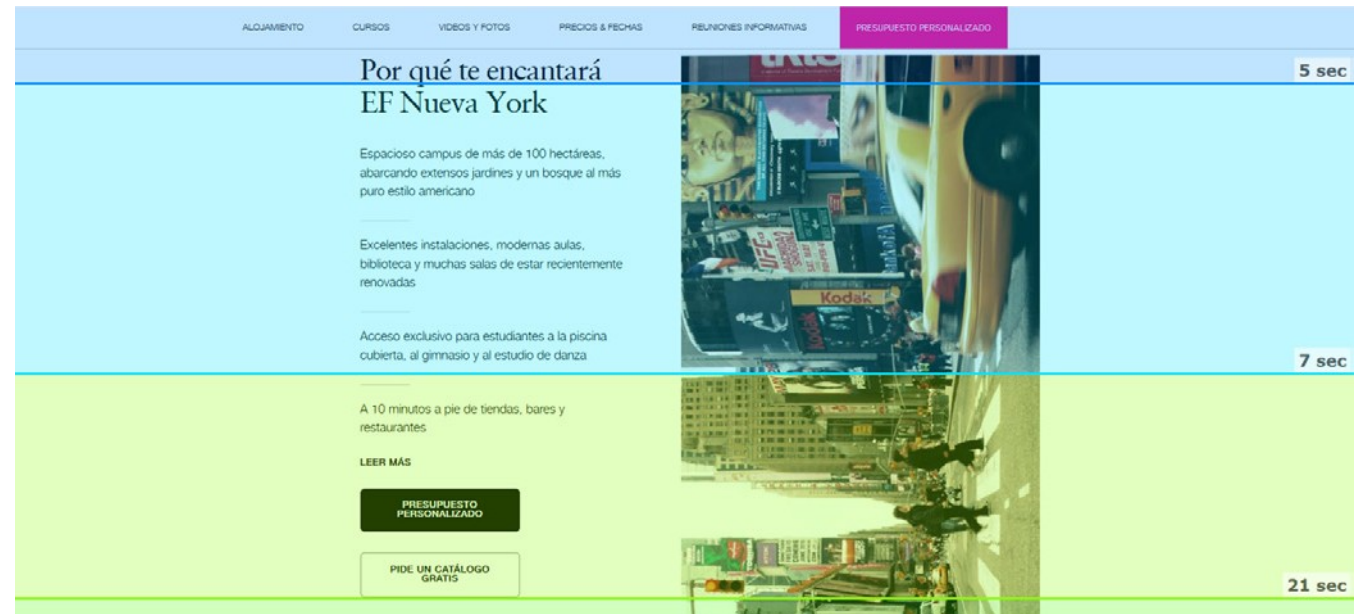
« Il me fallait quelque chose qui répondrait immédiatement à nos besoins de base et qui se développerait et grandirait avec nos capacités », explique Boada.

Selon Boada, l'intégration entre Decibel Insight et Adobe Analytics a été transparente et facile, grâce à un assistant qui la guidait à chaque étape. En quelques minutes, elle a pu apprendre de manière détaillée comment ses catégories de public Adobe se comportaient sur le site en analysant les relectures de sessions individuelles, en vérifiant les performances des formulaires et en visualisant les cartes thermiques agrégées.

Désormais, en plus des visiteurs uniques, des visiteurs réguliers et des clics, Boada utilise Decibel Insight pour améliorer les capacités d'Adobe Analytics en suivant de nouveaux indicateurs plus robustes telles que le taux d'envoi de formulaires, les types d'envoi de formulaires, le temps passé par visite et les performances des partenaires individuels. Des rapports Decibel Insight et Adobe Workspace Reports sont générés chaque mois et envoyés aux parties prenantes du service et de la société. Ensemble, ces rapports offrent aux décideurs un moyen hautement visuel de déterminer ce qui fonctionne et où se trouvent les obstacles pour les clients.

DÉFIS

- Avait une idée de la façon dont les visiteurs interagissaient avec les propriétés numériques, sans savoir pourquoi ils se comportaient d'une certaine manière
- Manque de transparence concernant l'expérience client
- Avoir une solution qui s'intègre à Adobe Marketing Cloud



Education First a identificado las secciones suscitando una gran atención a la ayuda de la tarjeta de atención de Decibel Insight y a añadir de llamadas a la acción en estas secciones. Debido a este cambio, la generación de prospectos aumentó un 20 %.

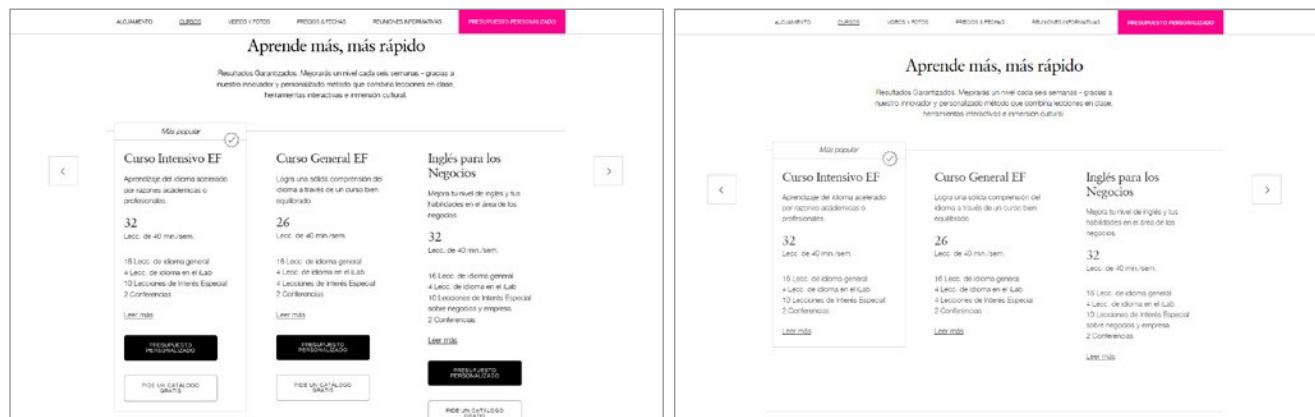
« Concevoir un beau site qui a bonne allure n'est que le début. Celui-ci doit fonctionner à la fois pour les utilisateurs et pour la société, » explique Boada. « Il nous faut des preuves tangibles que nos efforts et nos ressources concernant le marketing numérique sont pleinement optimisés. »

Adobe et Decibel Insight en action

Boada a récemment lancé de nouvelles pages de destination pour tout le trafic provenant des résultats de recherche payants. Les pages précédentes étaient simplement une version numérique d'une brochure répertoriant chaque produit dans une liste. Ceci n'était pas centré sur le client, commente Boada, avant d'utiliser les informations recueillies avec Decibel Insight pour démontrer que les clients réagissaient mieux aux expériences personnalisées.

En même temps, Decibel Insight a révélé que certaines pages recevaient beaucoup d'attention de la part des visiteurs : les utilisateurs faisaient défiler jusqu'en bas de la page, passaient du temps à lire le contenu, etc., mais les clics sur le bouton d'appel à l'action étaient faibles. Boada a effectué des tests A/B via Adobe Target sur différentes versions dans plusieurs régions et a trouvé des données intéressantes issues de cartes thermiques Decibel Insight enregistrées. Chaque région a un comportement différent, et on ne le comprend vraiment que lorsque l'on analyse les informations apportées par Decibel Insight.

De petits ajustements du contenu ont permis d'augmenter le taux d'envoi de formulaires de 20 %.



Une comparaison de l'ancien site à droite avec le site mis à jour à gauche. Education First a ajouté des appels à l'action supplémentaires dans les sections suscitant beaucoup d'attention.

« Decibel Insight complète beaucoup Adobe. Il est facile de se contenter des chiffres fournis par Adobe, sans se soucier de ce qui se passe en arrière-plan. Decibel Insight nous permet de rassurer les décideurs sur le fait que nous avons la preuve d'un obstacle dans l'expérience client. », explique Boada. "Ce n'est pas quelque chose que nous pouvons leur démontrer avec un nombre ou une feuille de calcul Excel. Nous devons être en mesure de leur indiquer le comportement réel des clients. Ici, ils passent beaucoup de temps sur notre site mais ne cliquent pas sur un bouton. Ici, ils survolent un espace blanc. Alors, plaçons un bouton ici.

Ce sont des informations précieuses pour comprendre exactement comment les utilisateurs interagissent avec nos sites et comment nous pouvons améliorer leur expérience. »

Plus d'informations = plus de conversions = plus de revenus

Selon Boada, une meilleure compréhension de l'expérience client permet à EF d'orienter les visiteurs du site vers la bonne page pour acheter un forfait d'études à l'étranger. Avec des centaines d'options, il est facile pour les clients d'être submergés et moins enclins à donner suite à un conseiller d'orientation. Offrir aux clients une expérience unique qui leur permet de trouver facilement le produit éducatif qui leur convient peut faire une énorme différence.

« Avoir plus de prospects dans notre système signifie que nous pouvons obtenir plus de réservations au final », indique Boada.

Cette réussite a attiré l'attention d'autres services d'EF qui envisagent peut-être d'utiliser l'analyse de données pour créer un marketing plus efficace et engendrer une augmentation des conversions.

Decibel Insight sera probablement mis en œuvre pour d'autres services et produits d'EF.

Et tout cela a commencé par une simple question.

Pour plus d'informations :

www.decibel.com/fr

<https://marketing.adobe.com/exchange>



Adobe Systems Incorporated
345 Park Avenue
San Jose, CA 95110-2704
USA
www.adobe.com