

## LEGO

Création d'un processus de paiement sans problèmes avec Decibel

## Objectif

Le groupe LEGO souhaitait moderniser sa marque bien établie à travers des expériences en ligne exceptionnelles.



Tim Murphy,  
chargé de l'expérience client  
globale pour le commerce  
électronique, LEGO

« Au sein du groupe LEGO, l'expérience client est très importante, de nos briques LEGO® à notre présence en ligne »

Tim Murphy, chargé de l'expérience client globale pour le commerce électronique, explique : « historiquement, nous avons toujours obtenu de bons résultats lorsque nous créons des jouets. Nous menons de nombreuses études sur les utilisateurs et des recherches sur l'expérience client pour les enfants. Mais, avec Internet, ce n'était pas le cas. Ces dernières années, le groupe LEGO a évolué pour mettre l'expérience en ligne au premier plan. »

N'ayant pas réévalué leur processus de paiement en ligne depuis plusieurs années, Tim et son équipe recherchaient une méthode holistique pour évaluer leurs parcours client numériques et optimiser l'expérience d'achat globale sur le site.

Le groupe LEGO utilisait Adobe Analytics avec un logiciel de relecture de session de base et un outil VoC, mais ensemble, ils ne dressaient pas un tableau complet des expériences en ligne.

Tim et son équipe ne comprenaient pas pourquoi les consommateurs rencontraient de mauvaises expériences et quittaient le processus de paiement.

« Certains des problèmes que nous avons rencontrés dans l'entonnoir de conversion des clients disparaissaient dans les analyses et dans les données VoC, mais nous avions du mal à identifier quelles étaient réellement ces expériences », explique Tim.

Sans comprendre pourquoi les utilisateurs quittaient le processus de paiement, le groupe LEGO ne savait pas où apporter des modifications et concentrer ses efforts d'optimisation. Afin d'obtenir une vision globale de leur expérience client en ligne, il leur fallait un outil qui pourrait à la fois s'intégrer facilement dans leur pile marketing existante et combler les lacunes de connaissances dans leur compréhension du comportement des utilisateurs.

## Défi



Le groupe LEGO est une entreprise familiale privée dont le siège se trouve au Danemark et les principaux bureaux aux États-Unis, au Royaume-Uni, en Chine et à Singapour. Fondé en 1932 avec l'emblématique brique LEGO®, le groupe LEGO est l'un des principaux fabricants de matériel de jeu au monde.

## LEGO a bénéficié de Decibel grâce à :



Identification des clics multiples ne répondant pas



Utilisation des relectures de session pour fournir un contexte aux scores NPS



Visualisations de parcours ayant immédiatement fait apparaître les obstacles



Intégrations approfondies avec Adobe Experience Cloud

## Des intégrations fonctionnant ensemble

Afin d'obtenir les informations comportementales qui leur manquaient, le groupe LEGO a choisi d'intégrer Decibel dans sa pile MarTech. Grâce à une intégration bidirectionnelle, le groupe LEGO peut désormais créer des catégories dans Adobe, puis les intégrer à Decibel pour obtenir des informations supplémentaires.



Tim Murphy, chargé de l'expérience client globale pour le commerce électronique, LEGO

« **Decibel a pu nous démontrer ce que nous voyions réellement dans nos Web Analytics.**

Nous avons enfin pu identifier un grand nombre de problèmes qui se produisaient lors du processus de paiement et que nous n'aurions jamais connus autrement. »

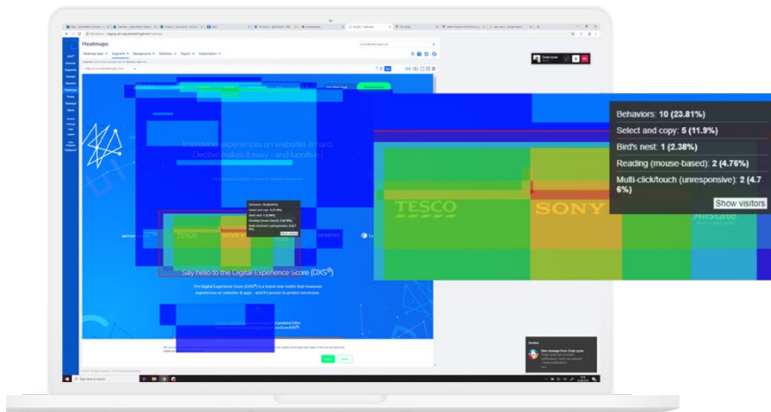
Ces problèmes de paiement ont été détectés à l'aide d'Adobe et de Decibel, puis analysés via des relectures de session, des cartes thermiques et la portée de défilement.

Quant à l'intégration de Decibel à l'outil VoC du groupe LEGO, les avantages sont tout aussi impressionnants. « Si nous voulons évaluer l'expérience d'un utilisateur qui a donné un mauvais score NPS, nous pouvons maintenant retrouver cette session particulière. C'est incroyable », commente Tim Murphy.

## Découvrir l'inattendu

« Nous avons pu voir dans Adobe Analytics que les clients en ligne abandonnaient dans une section spécifique du processus de paiement, mais nous ne savions pas pourquoi. En utilisant Decibel, nous avons identifié quelque chose que nous n'aurions jamais pensé être un problème. Nous avions des icônes pour les différents types de cartes bancaires pour chaque pays où se trouvent nos clients en ligne. »

« En observant les relectures de session et les cartes thermiques, nous avons découvert que les utilisateurs cliquaient plusieurs fois sur les icônes de cartes bancaires elles-mêmes, pensant les sélectionner, mais celles-ci n'étaient pas cliquables. Nous pouvions voir que les utilisateurs étaient frustrés puis partaient. En interne, nous pensions qu'il serait évident pour tout le monde qu'il n'y a rien à sélectionner à ce stade du processus de paiement pour poursuivre. Nos idées fausses sur ce qui est de notoriété publique sont alors devenues apparentes et ont immédiatement démontré la valeur de Decibel.



« En observant les relectures de session et les cartes thermiques, nous avons découvert que les utilisateurs cliquaient plusieurs fois sur les icônes de cartes bancaires elles-mêmes, pensant les sélectionner, mais celles-ci n'étaient pas cliquables. **Nous pouvions voir que les utilisateurs étaient frustrés puis partaient.** »

Tim Murphy, chargé de l'expérience client globale pour le commerce électronique, LEGO



## Quantifier l'expérience avec le score d'expérience numérique (DXS)

Afin d'aider à identifier et à hiérarchiser les problèmes liés à l'expérience numérique sur le site de LEGO, Tim et son équipe ont utilisé DXS avec des entonnoirs et des parcours. « DXS est à la fois un moyen pour nous de confirmer les sections de notre site qui fonctionnent bien, et d'identifier facilement les points faibles du parcours client que nous n'aurions peut-être pas découverts autrement. »

DXS leur a également permis de quantifier les changements afin que les résultats puissent être facilement partagés avec le reste de l'organisation et les principales parties prenantes. « Nous avons désormais Decibel sur notre site depuis plus de 2 ans, et l'outil fournit des données et des informations auxquelles nous ne pourrions avoir accès avec aucune autre solution. Il y a toujours une politique de changement au sein d'une grande organisation ; vous devez la quantifier. » indique Tim.

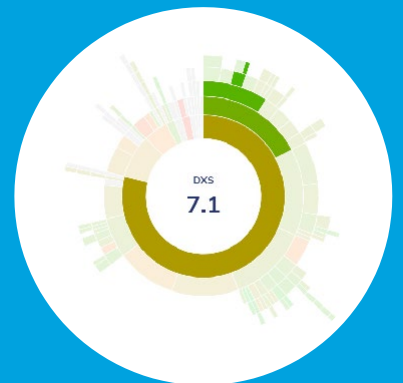


Tim  
Murphy, chargé de  
l'expérience client globale  
pour le commerce  
électronique, LEGO

« Avec DXS, nous avons enfin un score quantifiable qui peut être facilement communiqué

à tous les niveaux de la société, des cadres dirigeants aux développeurs. »

Visualisez immédiatement la qualité des expériences sur tout parcours client avec Journey Discovery de Decibel



Decibel est bien plus qu'une plateforme d'expérience numérique : c'est un groupe de passionnés visant à débarrasser le monde de la frustration numérique. En collaboration avec des sociétés de premier plan telles que Lego, Adidas et Sony, nous développons une technologie qui comble les lacunes dans les connaissances sur la façon dont les sociétés évaluent la qualité de l'expérience client en ligne.

La plateforme Decibel analyse des milliards de points de données pour identifier automatiquement les mauvaises expériences sur les sites et les applications, et fournit aux équipes spécialistes du numérique les informations dont elles ont besoin pour les optimiser. S'appuyant sur une API publique, la plateforme Decibel peut être intégrée à n'importe quel outil de la pile marketing, enrichissant les solutions d'analyse traditionnelles, les logiciels VoC, ainsi que les outils de conversion tels que les plateformes de tests A/B et de personnalisation. Les plus grandes sociétés au monde exploitent Decibel pour un meilleur taux de conversion, plus d'engagement et une augmentation de la fidélisation des clients à leurs offres numériques.

Découvrez comment les données d'expérience de Decibel peuvent transformer votre société.

Rendez-vous sur [decibelinsight.com](https://decibelinsight.com) pour plus d'informations.