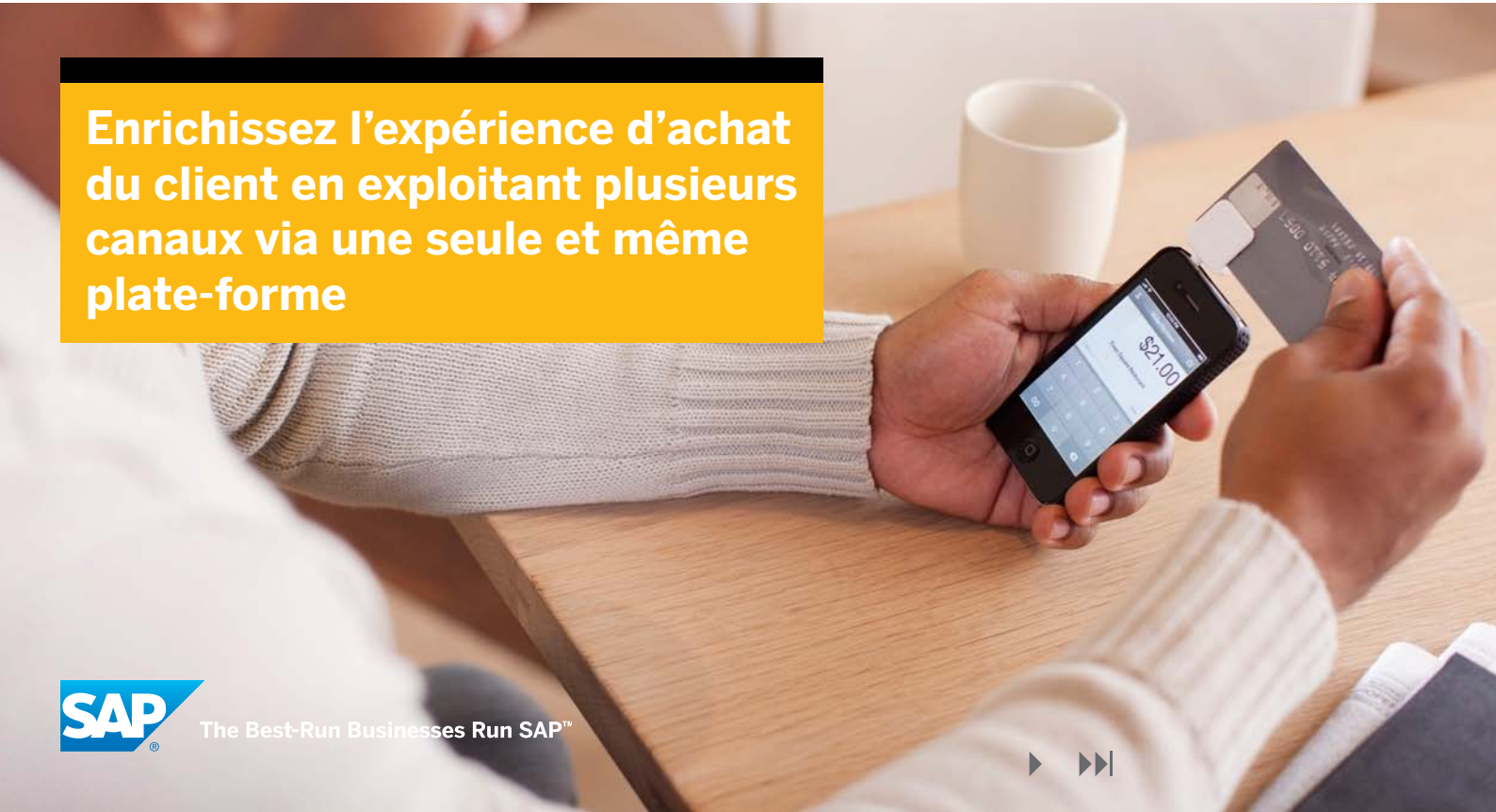
Enrichissez l'expérience d'achat du client en exploitant plusieurs canaux via une seule et même plate-forme



The Best-Run Businesses Run SAP™

Définition d'une stratégie pour l'optimisation du canal Web

La vie ne serait-elle pas plus facile si vous pouviez gérer votre offre d'e-commerce, d'e-marketing et d'e-service sur une seule et même plate-forme ? Ou si vous pouviez gérer plusieurs sites Web en même temps, aider vos utilisateurs à créer des canaux Web, et préserver la cohérence des données sur l'ensemble de la plate-forme ? Découvrez comment l'application SAP® Web Channel Experience Management rend tout cela possible en unifiant les processus inter-entreprises et d'entreprises à particuliers.

L'objectif principal d'une boutique en ligne est de faire d'Internet un canal de ventes et d'interactions rentable qui facilite la vie des partenaires commerciaux et des consommateurs finaux, et assure leur satisfaction. Votre premier site Web commercial vous a certainement permis de servir efficacement vos clients novices de l'époque dans l'espace B2C (d'entreprises à particuliers). De plus, ce canal s'est avéré très utile pour vos pairs dans l'espace B2B (inter-entreprises).

Toutefois, les améliorations récentes en matière de sécurité en ligne et de connectivité ont permis d'augmenter les taux d'adoption du e-commerce. Les tout derniers smartphones et tablettes ont fait du Web un centre d'interactions encore plus demandé par et pour les consommateurs. Vos clients sont aujourd'hui des acheteurs très avisés, d'autant que l'explosion des réseaux sociaux leur confère un pouvoir décisif. Pour qu'ils restent fidèles, vous devez leur offrir des avantages à la hauteur de leurs attentes. Aujourd'hui, gérer une boutique en ligne ordinaire ne suffit plus.

SAP Web Channel Experience Management vous aide à gérer votre présence sur le Web pour répondre à ces nouvelles tendances.

Une longueur d'avance sur la concurrence grâce à des fonctionnalités de pointe

Une longueur d'avance sur la concurrence grâce à des fonctionnalités de pointe

Amélioration de l'expérience des trois groupes d'utilisateurs clés

Simplification de l'infrastructure pour réduire les coûts et la complexité

Le client Web type utilise de plus en plus ses périphériques mobiles et est en contact direct avec d'autres consommateurs par le biais des réseaux sociaux. Vous ne contrôlez plus l'engagement du client au moyen de techniques traditionnelles de gestion de la relation clients et d'une connexion Internet par raccordement au secteur qui enchaîne le client à son ordinateur de bureau. L'engagement est aujourd'hui un phénomène à la volée et communautaire. Comme vos concurrents disposent des mêmes armes que vous, vous devez donc adopter une approche plus globale en ce qui concerne l'ensemble de l'expérience client multicanal.

Bien entendu, vous devez vous démarquer de vos concurrents en offrant à vos clients Web l'expérience multicanal de service et d'achat la plus captivante. De nos jours, cela se traduit par la mise en place d'une stratégie d'expérience client axée sur le contexte et de multiples périphériques. L'expérience doit continuer même lorsque le client se déconnecte ou raccroche. En réalité, l'expérience se poursuit jusqu'au moment où les clients pénètrent dans votre magasin ou reçoivent une marchandise commandéee.

Suite à la page suivante

À présent, vous pouvez agir en ayant un point de vue global et en temps réel sur les informations clients afin de proposer la meilleure des solutions personnalisées.

Une longueur d'avance sur la concurrence grâce à des fonctionnalités de pointe

Amélioration de l'expérience des trois groupes d'utilisateurs clés

Simplification de l'infrastructure pour réduire les coûts et la complexité

SAP Web Channel Experience Management a été conçue pour s'aligner sur une stratégie multicanal complète et solide. L'application propose des outils pour périphériques mobiles destinés au filtrage des produits, à la visualisation des détails (y compris les images et les fichiers multimédias appropriés) et à la gestion de la fidélité en ligne. Les clients peuvent vérifier la disponibilité du produit sur le Web, lire des avis communs en allant sur les réseaux sociaux et s'assurer avant de payer que la marchandise sera disponible. Ils peuvent même commander sur le Web et récupérer leurs articles dans un point de vente situé à deux pas de chez eux. Ils peuvent suivre les étapes d'une procédure complexe grâce à des indicateurs visuels présents sur chaque écran, le tout depuis une tablette ou un smartphone.

Le site Web de la concurrence n'est qu'à quelques clics. Avec SAP Web Channel Experience Management, vous pouvez impressionner vos visiteurs, tous plus importants les uns que les autres.

Amélioration de l'expérience des trois groupes d'utilisateurs clés

Une longueur d'avance sur la concurrence grâce à des fonctionnalités de pointe

Amélioration de l'expérience des trois groupes d'utilisateurs clés

Simplification de l'infrastructure pour réduire les coûts et la complexité

Qu'il s'agisse de votre clientèle professionnelle ou de particuliers, tous exigent l'accès à une fonctionnalité en ligne puissante, qui soit facile d'utilisation et en libre-service. Avec SAP Web Channel Experience Management, vos clients disposent d'une interface utilisateur commune riche, intuitive et attrayante. Les utilisateurs occasionnels peuvent faire des achats et demander de l'aide en ligne, sachant que leur expérience est uniforme à tous les points de contact. Vos partenaires commerciaux peuvent gérer la relation qu'ils entretiennent avec vous grâce à des options supplémentaires plus élaborées et facilement accessibles en un seul et même endroit.

Les intervenants qui gèrent le canal Web disposent, de leur côté, d'un seul outil d'administration appelé Web Channel Builder pour créer, gérer et développer leurs canaux en ligne afin d'accroître au maximum la présence sur le Web. Vos collaborateurs peuvent émettre des recommandations de ventes croisées et incitatives extrêmement ciblées, réaliser des campagnes spécifiques, créer et mettre à jour des catalogues et gérer les commandes de A à Z. Ils peuvent continuellement entrer des mises à jour dans la chaîne de production sans assistance du service informatique : des procédures de gestion les guident pas à pas pour que même vos utilisateurs novices puissent être autonomes.

Tirez parti d'une infrastructure globale et de règles de gestion d'entreprise qui vous aident à créer et assurer la maintenance de vos canaux de e-commerce.

Simplification de l'infrastructure pour réduire les coûts et la complexité

Une longueur d'avance sur la concurrence grâce à des fonctionnalités de pointe

Amélioration de l'expérience des trois groupes d'utilisateurs clés

Simplification de l'infrastructure pour réduire les coûts et la complexité

Face à la multiplication des réseaux sociaux et des périphériques mobiles, votre infrastructure doit évoluer pour vous aider à gérer les nouveaux canaux d'interaction et de communication qui s'ajoutent aux canaux traditionnels. Les visiteurs peuvent repérer des lacunes dans une infrastructure fragmentaire qui rendent leur expérience bien moins agréable. Vous devez stimuler la rentabilité du canal Web à long terme tout en restant à l'écoute des exigences des clients.

SAP Web Channel Experience Management vous aide aussi à accomplir cette tâche. L'application vous permet de gérer tous les canaux Web sur une seule et même plateforme afin de réduire les coûts informatiques, tout en répondant aux exigences des clients. Elle fournit des processus complets d'e-commerce, d'e-marketing et d'e-service, ainsi que de reporting analytique Web. Elle offre une interface utilisateur commune pour la visualisation des catalogues, des achats, des paiements, du suivi des commandes, du renvoi de marchandises, des demandes de services et des réclamations. Vous pouvez également mettre en place des systèmes de récompense en libre-service pour accroître les taux de fidélisation de la clientèle. De conception flexible et évolutive, l'application intègre les technologies du Web 2.0 pour proposer des options de conception et d'interopérabilité de l'interface utilisateur, avec des outils de gestion du contenu.

C'est le moment de proposer un environnement fiable et cohérent à vos clients sur l'ensemble des points de contact, et d'accompagner chaque vente d'un service de qualité supérieure.

Des avantages clés pour tous les acteurs concernés

Des avantages clés pour tous les acteurs concernés

Tous les acteurs du Web tirent un avantage notable de SAP Web Channel Experience Management. Les responsables du e-commerce peuvent augmenter les taux de conversion pour générer un maximum de recettes, s'engager en se basant sur des chiffres de stock fiables et réduire les coûts des ventes. Les responsables marketing peuvent personnaliser l'expérience client en ligne en apprenant à mieux connaître le client, en faisant des offres attrayantes et en améliorant le retour sur investissement. Les chefs de service peuvent développer les options de libre-service et contribuer à fidéliser les meilleurs clients.

Avec SAP Web Channel Experience Management, les gains de temps et les économies de capital humain que vous réalisez sont considérables. Vos collaborateurs qui n'ont aucune expérience en conception Web peuvent gérer le catalogue en ligne à l'aide de fonctions centralisées pour créer du contenu et le réutiliser à volonté. Les données de base sont automatiquement importées depuis le logiciel de planification des ressources de l'entreprise. Grâce à la gestion de masse et à la recherche multidimensionnelle, vous pouvez entrer chaque modification une fois seulement et modifier plusieurs produits en une seule fois.

SAP Web Channel Experience Management vous offre les avantages suivants :

- Amélioration de l'expérience client et fidélisation accrue
- Ouverture de nouveaux débouchés et préparation à une mondialisation croissante
- Réduction des coûts et hausse des recettes pour stimuler la rentabilité
- Réduction du coût total de possession grâce aux processus intégrés

www.sap.com/france

Résumé

SAP® Web Channel Experience Management vous permet de regrouper tous les canaux Web sur une seule et même plate-forme, en proposant des processus intégrés d'e-commerce, d'e-marketing et d'e-service ainsi que de reporting analytique Web, le tout dans une seule application. Vous pouvez réduire les coûts et la complexité de l'informatique, et conférer une plus grande autonomie à vos utilisateurs et aux responsables des canaux, tout en enrichissant le processus d'achat et de services pour les consommateurs et la gestion des relations pour les partenaires.

Objectifs

- Offrez une expérience cohérente à vos clients et partenaires sur tous les points de contact
- Attirez et fidélisez les clients grâce à une personnalisation accrue
- Facilitez les achats en libre-service et le processus après-vente
- Gérez et analysez l'e-commerce depuis les périphériques mobiles
- Utilisez les réseaux sociaux pour capter l'attention et renforcer l'engagement

Solution

- Une seule plate-forme pour l'e-marketing, l'e-commerce et l'e-service B2B et B2C
- Intégration facile aux outils Web
- Administration du site facilitée
- E-marketing, avec la gestion de la fidélité et des campagnes
- E-commerce complet avec l'enlèvement en magasin, la disponibilité en temps réel et la prise de commande en un clic
- E-services pour une assistance en direct et en libre-service
- Contenu intégré et gestion des connaissances

Avantages

- Expérience client enrichie
- Meilleure fidélité à la marque
- Apparition de nouveaux débouchés
- Prise en charge de la mondialisation
- Rentabilité accrue
- Abaissement du coût total de possession

En savoir plus

Appelez votre représentant SAP ou rendez-vous sur www.sap.com/lines-of-business/marketing/web-channel-experience/index.epx.

©2012 SAP AG. Tous droits réservés.