

Vos utilisateurs étant uniques, vos expériences en ligne doivent l'être aussi

Nous simplifions les processus de test et de personnalisation.

"Nous avons perfectionné notre tracking avec Analytics 360, du coup c'est super qu'Optimize 360 nous permette d'utiliser nos événements existants d'Analytics 360 en tant que métriques clés pour nos tests. Une expérimentation récente sur des éléments de design de notre page de commande nous a permis d'augmenter de 26% le taux de conversion e-commerce !" — **Laura Cavanaugh, Data Analytics Manager, The Motley Fool**

Que vous soyez une grande entreprise internationale ou une petite boutique locale, votre site Web représente aujourd'hui votre vitrine. Lorsqu'ils y accèdent, les utilisateurs se font une première impression, qui peut prendre la forme d'une expérience personnelle et chaleureuse, ou globale et quelconque. C'est à ce moment-là qu'ils décident s'ils souhaitent rester (et effectuer un achat) ou partir.

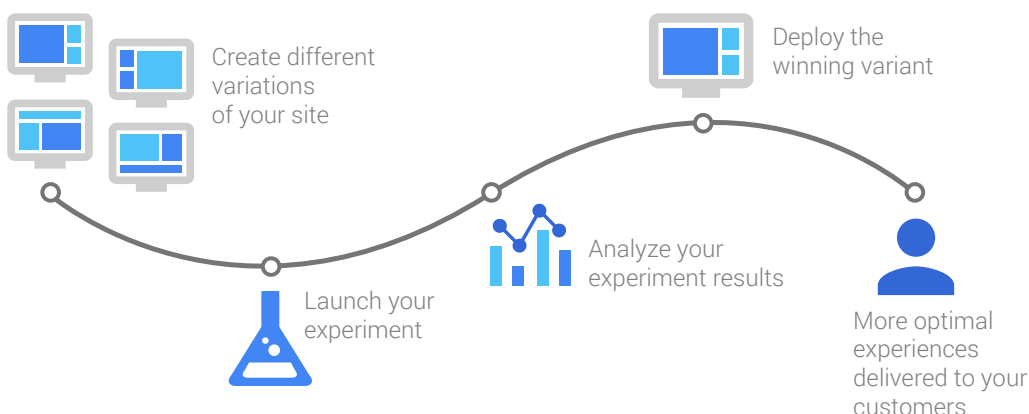
Optimize 360 (bêta) est un nouveau produit Google qui vous permet de créer et de tester des expériences attrayantes pour les visiteurs de votre site Web. Vous pouvez identifier précisément l'impact des modifications apportées à votre site sur le comportement des utilisateurs et les conversions qu'ils effectuent. Cela vous permet de proposer des expériences en ligne plus personnelles à chaque consommateur, du premier point de contact à la vente, puis de recommencer le processus.

L'outil Optimize 360 s'appuie sur les données segmentées et extrêmement détaillées relatives au comportement des utilisateurs, qui sont disponibles dans Google Analytics 360. Que ce soit pour identifier les pages peu performantes qui nécessitent d'être améliorées ou pour mieux communiquer auprès des utilisateurs à plus forte valeur ajoutée, Optimize 360 peut vous aider à prendre des mesures immédiates.

Découvrez la meilleure expérience possible

Optimize 360 vous permet de modifier et de tester tout élément de votre site (texte, images, mise en page, etc.) pour n'importe quel segment d'utilisateurs. Il peut s'agir de présenter simplement un message personnalisé à vos meilleurs clients lors du paiement ou de tester une page de commande totalement remaniée pour tous les utilisateurs. L'outil Optimize 360 est tellement simple à utiliser que tous les employés de votre entreprise peuvent le configurer et le tester rapidement et efficacement.

Analytics 360 mesure déjà des actions importantes effectuées sur les sites, telles que les ventes, les téléchargements de contenus et les visionnages de vidéos. Grâce à l'intégration native entre Analytics 360 et Optimize 360, vous pouvez facilement évaluer vos tests par rapport à ces mêmes objectifs commerciaux. Optimize 360 utilise ensuite une analyse statistique avancée pour chaque test afin d'identifier l'expérience la plus performante concernant ces objectifs.



"Nous apprécions particulièrement l'outil Optimize 360, car il est parfaitement compatible avec les produits que nous utilisons déjà. Cela nous aide à prendre certaines décisions commerciales stratégiques. Le fait de pouvoir configurer des tests rapidement et facilement est réellement avantageux : grâce à Optimize 360, nos équipes marketing et scientifiques peuvent désormais modéliser rapidement des tests qui combinent nos propres données CRM dans BigQuery et nos audiences Analytics 360, afin de proposer des expériences Web réellement personnalisées à nos utilisateurs."

— Andrew Duffie, Director of Analytics, APMEX

Vous pouvez également exploiter les données de test issues d'Optimize 360 dans les rapports d'Analytics 360 afin d'évaluer l'impact de votre test sur les nouveaux visiteurs, les utilisateurs connus à forte valeur ajoutée ou tout autre segment d'utilisateurs.

Personnalisez l'expérience client

Optimize 360 n'est pas qu'un simple outil de test. Il vous permet de passer d'une approche globale à une interaction personnalisée avec les visiteurs. Vous pouvez leur proposer des expériences plus personnelles en fonction des sources qui leur ont permis d'accéder au site, de leur comportement en temps réel ou de l'appareil qu'ils utilisent.

Vous pouvez réaliser des tests sur les audiences que vous avez déjà créées dans Analytics 360, puis leur proposer l'expérience la plus efficace en quelques clics. Il peut s'agir, par exemple, de partager une offre personnalisée pour récompenser vos meilleurs clients ou de concevoir une page d'accueil destinée exclusivement aux nouveaux visiteurs. Vous serez impressionné par les résultats si vous abandonnez le processus d'optimisation axé sur l'utilisateur moyen et commencez à optimiser votre action pour chaque client.

Vous voulez aller plus loin ? Exportez vos données dans BigQuery pour effectuer une analyse plus approfondie, qui vous permettra ensuite de réaliser une personnalisation de votre site encore plus perfectionnée. Déterminez quels éléments et quelles audiences vous souhaitez tester, et à quel moment. Optimize 360 se charge du reste.

Commencez dès maintenant à optimiser l'expérience utilisateur

Optimize 360 vous offre une fonctionnalité de test et de personnalisation qui s'intègre parfaitement dans la suite complète Google Analytics 360. Vous pouvez ainsi créer la vitrine idéale pour chaque utilisateur et approfondir les relations client pour lesquelles vous avez déjà fourni beaucoup d'efforts.

Vous souhaitez en savoir plus ? N'hésitez pas à consulter notre site Web.
g.co/optimize360.

À propos de la suite Google Analytics 360

La suite Google Analytics 360 offre des outils d'analyse performants et intégrés, destinés aux plus grandes entreprises. Mesurez et améliorez l'impact de votre action marketing sur tous les types d'écran et canaux, et à chaque moment du parcours client. Facile à utiliser, cette solution permet à quiconque d'accéder aux données afin d'identifier et de partager facilement les "moments de découverte".

Pour plus d'informations, visitez notre site Web : g.co/360suite

© 2016 Google Inc. Tous droits réservés. Google et le logo Google sont des marques de Google Inc.

Tous les autres noms d'entreprises et de produits peuvent être des marques des sociétés auxquelles ils sont associés. GANL-CS-1401