



IBM BusinessConnect 2013

21 mars 2013
à l'IBM Client Center Paris

Vive(z) la révolution digitale, mobile et sociale !





IBM BusinessConnect 2013

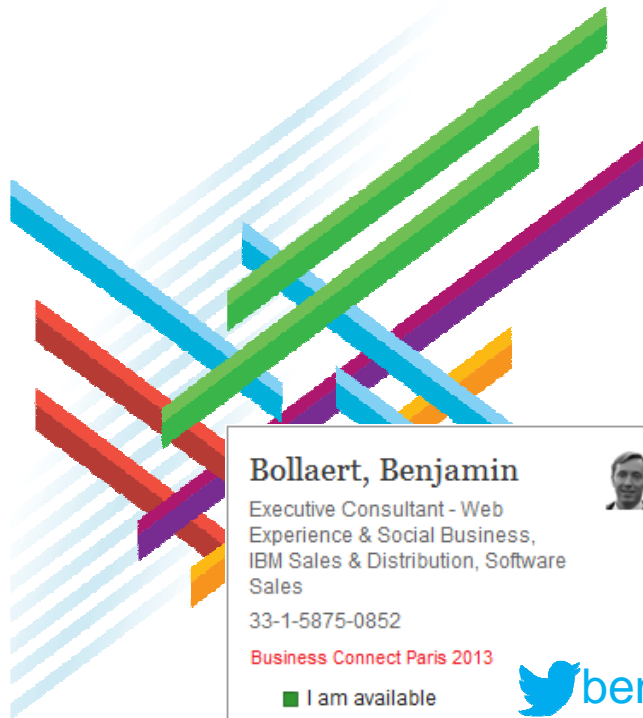
21 mars 2013 à l'IBM Client Center Paris

Vive(z) la révolution digitale, mobile et sociale !



Mettez votre site Internet au cœur de votre stratégie Social Business

Offre Customer Experience Suite




Bollaert, Benjamin  ×

Executive Consultant - Web Experience & Social Business, IBM Sales & Distribution, Software Sales
33-1-5875-0852

Business Connect Paris 2013

I am available  benjb ▾

[Blogs](#) [Forums](#) [Wikis](#) [Files](#) [Communities](#) ▾

Leclercq, Christophe  ×

Client Technical Professional - IBM Social Business and Collaboration Solutions, IBM Sales & Distribution, Software Sales
33-1-5875-2769

Business Connect Paris 2013

I am available ▾

[Blogs](#) [Forums](#) [Wikis](#) [Files](#) [Communities](#) ▾

Enright, R (Rob)  ×

Strategist, Portal and Exceptional Web Experience Software, IBM Software Group, IBM Collaboration Solutions
44-207-202-3229

Business Connect Paris 2013

I am available ▾

[Blogs](#) [Forums](#) [Wikis](#) [Files](#) [Communities](#) ▾

La technologie a changé notre vie et nos comportements.

Une preuve? L'élection du Pape place St Pierre



Et combien de partages / discussions sur les réseaux sociaux?





La technologie a changé notre vie et nos comportements



Comment j'achète

Interactions avec mes pairs et les relations avec les entreprises avec lesquelles j'opère des transactions.



Comment j'engage des relations clients-prospects

en puisant dans une large palette de données Marché et d'expertises.

Comment je travaille

La collaboration de n'importe où et n'importe quand à partir d'une multitude de canaux.





La technologie a changé notre vie et nos comportements



5 secondes pour engager un visiteur avant qu'il ne parte du site.
30% partent
40% ne reviennent pas



Utilisateurs de tablettes :
Taux de conversion **+2%**
Panier moyen **+20%**

La population mobile sera **1.3 milliards**

2018

+

es
és

44% des entreprises font appel au crowd sourcing

4 sur 10 nombre d'utilisateurs de smartphones qui cherchent un article depuis le magasin

4 à 5 fois plus que la moyenne est dépensé par des acheteurs multicanaux

80% des PDG estiment offrir une excellente expérience client
8% de leurs clients sont d'accord

45% des clients demandent l'avis d'un proche avant d'acheter

81% des consommateurs se fient aux recommandations de leurs pairs



Points de contact & Système d'engagement

Medias payants

Télévision
Radio
Journaux
"Display"
"Search"



Medias acquis

Réseaux Sociaux
Bloggeurs
Journaux
Partenaires
Influenceurs

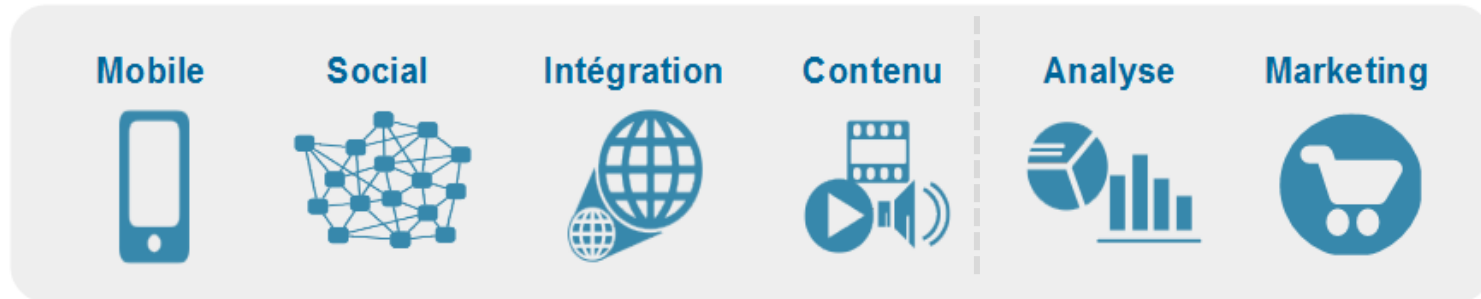


Medias propres





L'Offre Customer Experience Suite



IBM SmartCloud



Cloud privé



Sur place

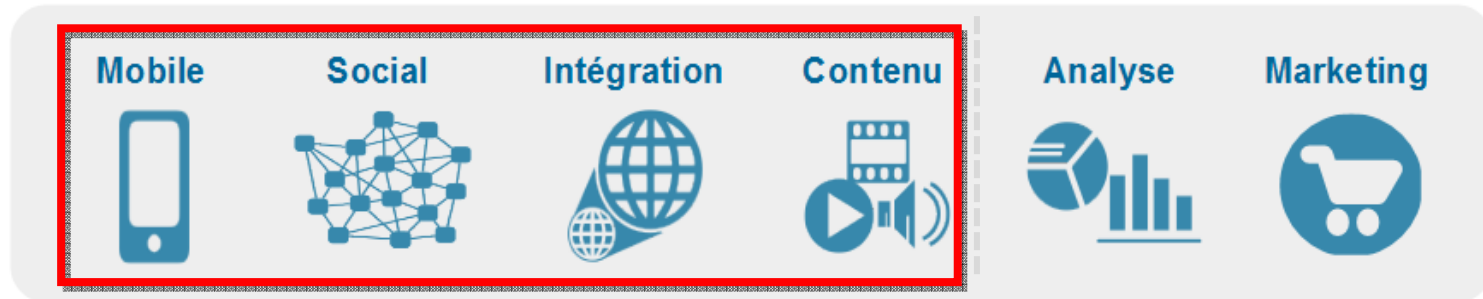


Hybride





L'Offre Customer Experience Suite



IBM SmartCloud



Cloud privé



Sur place



Hybride





Démonstration

également disponible sur Youtube :
<http://bit.ly/WR0HNN>





Quelques exemples



Gérer, cibler et diffuser vos contenus éditoriaux sur différents canaux

English | Contactez-nous | HSBC Groupe

HSBC France | Recherche

Accueil | **Particuliers** | Entreprises | Professionnels | Associations | A propos d'HSBC | Recrutement

Devenir client | Banque au quotidien | Épargne | Bourse et Placements | Crédits | Assurances | HSBC Premier | HSBC Advance | Étudiants

Dans le cadre d'une maintenance informatique, nos services en ligne seront indisponibles le dimanche 20 janvier de minuit à 7h00.

... d'autres prennent de la hauteur.

Accédez à vos comptes
Ma banque en ligne

Devenez client

Trouvez une agence | Contactez-nous

Vos comptes 24/24H et 7/7J

L'application mobile HSBC disponible sur votre iPhone ou mobile Android.

Télécharger

e-relevé

Libérez-vous des contraintes du relevé papier

Outils et services

+ de 50 millions de clients

- Contenus personnalisés
- 40 pays et autant de langues
- Scalabilité pour répondre à la hausse de trafic
- Capacité de 50000 utilisateurs concurrents
- Couverture métier complète
 - Banque en ligne & banque privée
 - Professionnels et Entreprises
 - Paiements
 - Assurance
 - Activités de courtage

Allianz : Personnalisé fortement les contenus en fct de différents critères afin d'améliorer le taux de conversion



```

Dialog is
  StartPolice_Krankenversicherung_fuer_Beamtenanwaerter when
  Dialog_PA is BU and Profile and
  current UserAO.age is between but not equal to 18 and 28 and
  User Profession is BEAMTER/ÖD and Profile and
  (
  Dialog_Type is ANGEBOTSANFRAGE and Profile or
  Dialog_Type is TERMINANFRAGE and Profile
  add Condition
  )
  add Condition
  StartPolice_AktiSelect_ZahnBest when
  current UserAO.age is between but not equal to 18 and 28 and
  Dialog_PA is BU and Profile and
  (
  User Profession is ANGESTELLTER and Profile or
  User Profession is AUSZUBILDENDER and Profile
  add Condition
  ) and
  (
  Dialog_Type is ANGEBOTSANFRAGE and Profile or
  Dialog_Type is TERMINANFRAGE and Profile
  add Condition
  )
  )
  
```





RBC : plus de services, plus de satisfaction, moins de coûts



13 © 2013 IBM Corporation

Objectifs

- Repenser le site web pour approfondir la relation client
- Augmenter CA sur ce canal, améliorer service client, réduire les coûts
- S'adapter au changement rapidement par ajout / modification des fonctions offertes
- Intégrer le Back Office

Bénéfices

Multiplier les transactions de Self-Service et rendre le client autonome



Faire de son site le coeur du SI



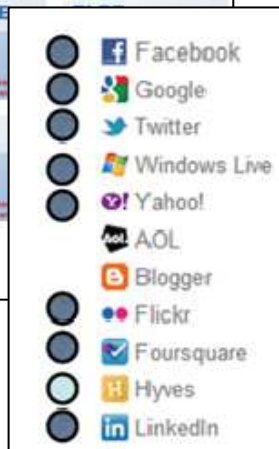
The screenshot shows the Lufthansa website interface. At the top, there's a navigation bar with 'Deutsch', 'Other countries', 'Help & Contact', 'Mobile version', and a search box. Below that is the Lufthansa logo and a navigation menu with 'Book & Plan', 'Offers & Ideas', 'My Bookings', 'Information & Service', 'Miles & More', and a '+ Login' button. The main content area features a 'Street View live' banner for a flight from USA starting at 469€, with a deadline to book by 11 January 2011. Below the banner are sections for 'Fly within Europe' (starting from 99€), 'Worldwide offers' (listing various destinations like Dubai, Johannesburg, Kuwait, Mexico City, Osaka, Tampa, Tokyo, Tunis), and 'Discover India' (starting from 599€). There's also a 'My bookings' section with links for 'My booking', 'Frequent flyer card', 'Seat', 'Special meals', 'Visa/AFIS data', and 'Cancellation'. A 'Quicklinks' section includes 'Check-in', 'Flight status', 'Timetable', 'Lufthansa route network', 'Newsletter Registration', and 'Current travel information'. At the bottom, there's a 'Stay connected' section with a Facebook icon and a footer with 'Aviation Group', 'For corporate customers', 'For travel agencies', 'Travel tips', 'Partners', 'Careers', and 'A STAR ALLIANCE MEMBER' logo.

Attirer et fidéliser plus de clients en se différenciant et en travaillant sur la marque et sur le site

- ## Objectifs
- Séduire plus de clients
 - Délivrer une image de marque sophistiquée et consistante
 - Encourager une interaction avec la marque
 - Travailler la fidélité client



Aller chercher l'audience où elle se trouve



Profil 360°
Données ventes, sociales
et comportementales

Objectifs

- Faire face à un taux d'attrition ¹
- Meilleur ROI % dépenses marketing
- Développer la stratégie multi-canal

Solution

- S'engager sur 8 réseaux sociaux
- Collecter les données
- Analyser – Segmenter - Cibler

Bénéfices

- 6.4m€ économisés sur la perte de clients ¹
- Connaissance des clients X2
- Revenus additionnel X2 avant/après voyage
- Amélioration de l'offre



Engager ses clients via une communauté dans une Expérience de Social Commerce



The screenshot displays the Circolo illy website interface. At the top, there is a navigation bar with links for 'SALON', 'MASTER BARISTA', 'MASTER COURSE', 'MOMENTS', 'ASK THE EXPERT', and 'PRIVILEGES'. The main content area features several sections:

- Interview with Artist Kiki Smith:** A featured article with a video player and a 'WATCH NOW' button.
- Join the Community:** A red call-to-action box encouraging users to join the online community.
- Explore 20 years of illy Art Collection:** A section promoting a 20th anniversary game, featuring images of coffee cups and a 'PLAY THE GAME' button.
- Master Barista:** A section for recipe series, including a 'Latte Art' recipe.
- Member Privileges:** A section highlighting special benefits for Circolo members.

At the bottom, a red footer contains navigation links: 'ILLY SITES', 'CIRCOLO ILLY', 'SOCIAL MEDIA', 'CONTACT ILLY', and 'ILLY LOCATOR'.





Créer vos communautés directement sur votre site

[SHOP](#)
[TRAVEL](#)
[LEARN](#)
[ABOUT US](#)
[SHARE](#)

[experts' corner](#)
[photos](#)
[biking](#)
[camping](#)
[paddling](#)
[running](#)
[surfing](#)
[climbing](#)
[canyoneering](#)
[comdavid](#)

Outdoor Adventures

Best kayaking location
Frank Adams | Lake Tahoe

Humbling historic arches
Lucy Suarez | Grand Canyon

Amazing freestyle biking
Ted Amado | Seattle

1 - 3 of 9

Refresh

latest community content

	Latest climbing and canyoneering bookmarks	0	0
	3 Knots for Rappelling	7	5
	Don't hug the rock!	8	5
	Canyoneering Training at Bluejohn Canyon	0	0
	Cool canyoneering jump.mp4	8	5

First | Previous | Next | Last

community discussions

- How to prevent rope abrasion?
- Rope management - bag or coil?
- Marking your rope
- Hangers coming loose on bolts
- Climbing helmet vs whitewater helmet?

First | Previous | Next | Last

discussion leader

I am here to help. [Ask me anything!](#)

experts

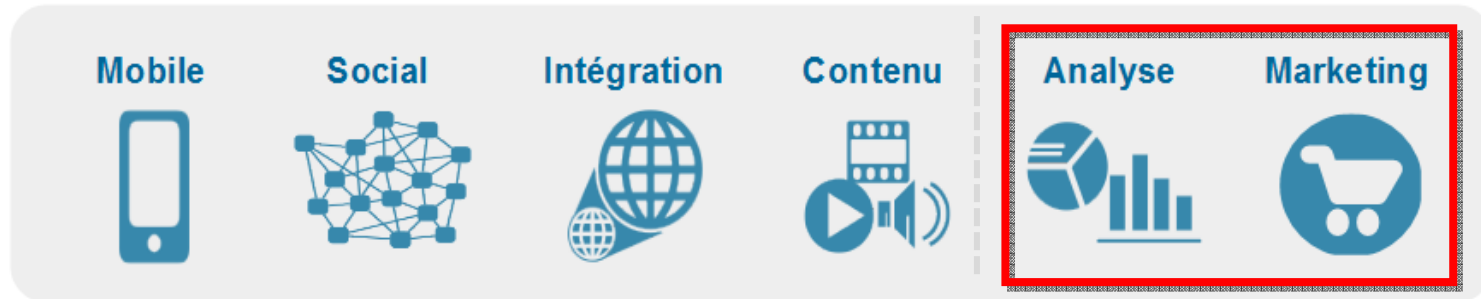
recommended video

connect

[Like](#) 0
 [Tweet](#) 0
 [Print this page](#)




L'Offre Customer Experience Suite





Présentation et Démonstration



Enright, R (Rob)  ×

Strategist, Portal and Exceptional
Web Experience Software, IBM
Software Group, IBM Collaboration
Solutions

44-207-202-3229

Business Connect Paris 2013

I am available ▾

[Blogs](#) [Forums](#) [Wikis](#) [Files](#) [Communities](#) ▾



Rob Enright

Strategist – Portal/Customer Experience Management

Benjamin Bollaert

Executive Consultant – Web Experience et Social Business

Christophe Leclercq

IT Architect - Social Business and Collaboration Solutions



Annexes





Améliorer l'impact business du site (A/B testing)

Objectifs

Pour vendre plus, recruter de nouveaux clients, améliorer le ROI de la plate-forme, quelle bannière a, selon vous, le meilleur taux de clic sur la page d'accueil ?

My smart idea:
"Empty parking space indicator" AMW Stoopack

Another smart idea:
The Smart Package

- > Interest Checking Free with Direct Deposit*
- > Premium Money Market Account Linked to your Interest Checking
- > And a free night at Marriott**

[Learn More and Apply Now](#)

1.75%

Smart **Even Smarter**
The Smart Package

A smart idea: A free night of do not disturb

Get Interest Checking Free with Direct Deposit and a free night at Marriott**

[Learn More and Apply Now](#)

2.30%

35% de différence entre la meilleure et la pire

My smart idea:
"Psychiatrist couch/tanning bed" Mark Webb

Another smart idea:
The Smart Package

- > Interest Checking Free with Direct Deposit*
- > Premium Money Market Account Linked to your Interest Checking
- > And a free night at Marriott**

[Learn More and Apply Now](#)

1.71%

Smart **Even Smarter**
The Smart Package

A smart idea: A free night of do not disturb

Get Interest Checking Free with Direct Deposit and a free night at Marriott**

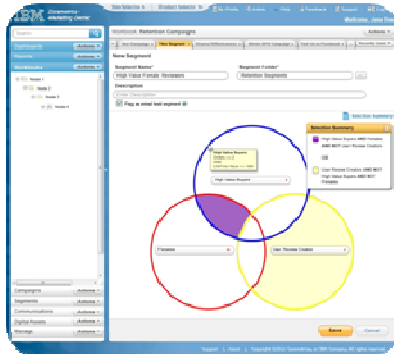
[Learn More and Apply Now](#)

1.88%

23% de gain rien qu'en changeant la couleur de la porte !



« Analytics » et marketing temps réel

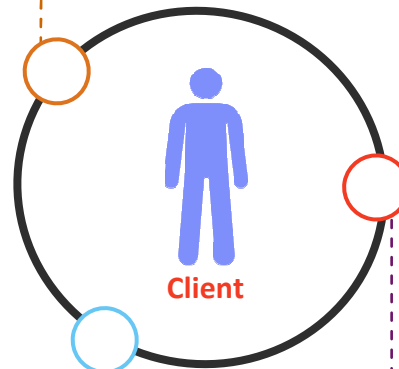


Augmentation de la rentabilité

- Améliorer l'efficacité
- S'assurer que votre portail est optimisé pour la vente
- Fidéliser les clients en réduisant le temps de mise en œuvre
- Maximiser la rentabilité de la relation client.

Amélioration de la personnalisation et de la productivité

- Rendre plus convivial le site
- S'assurer de la pertinence de l'information en fonction du rôle utilisateur et des ses préférences
- Comprendre comment les utilisateurs interagissent avec les applications et les contenus au fil du temps et selon le canal utilisé pour y accéder



Optimisation continue

- Portail « sur mesure » par la compréhension de son utilisation, son efficacité et la valeur relative des services métiers ou produits proposés
- Cette optimisation rend l'expérience utilisateur efficace
- Retour sur investissement accéléré



« Analytics » et marketing temps réel

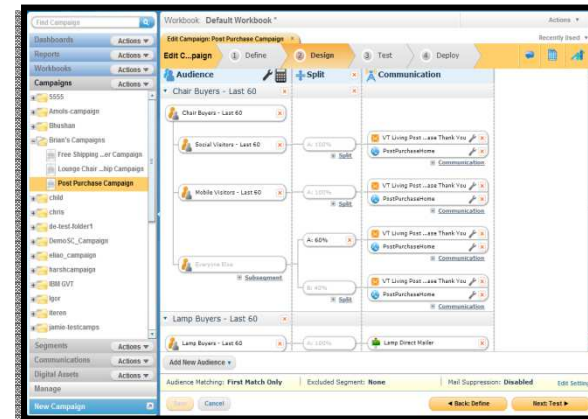


Objectifs

Assurez vous que vos visiteurs ont la bonne information, au bon moment, au bon endroit afin de maximiser votre potentiel de commercialisation

Rapports de statistiques développés pour WebSphere Portal

- Les agrégateurs spécifiques via les tags WCM réduisent l'effort nécessaire à baliser le contenu
- Bénéfice instantané pour les contenus et les éléments produits depuis IBM Marketing Center
- Segmentation sur le « tout clic » et le comportement courant de l'utilisateur ainsi que d'autres données hors lignes
- Garanties pour la collecte des données et la disponibilité des rapports, l'exactitude des données, et le temps de réponse du support client



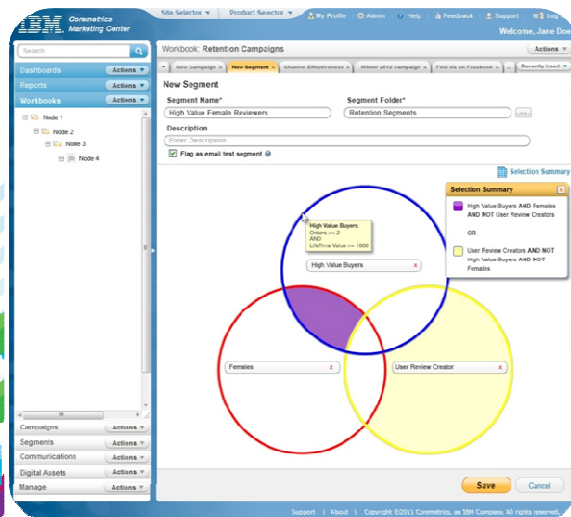


IBM Marketing Center



Solution

Basée sur la solution Cloud pour les commerçants, elle combine des analyses numériques et marketing en temps réel dans une seule application



Utilisation en 1er des données digitales issues des statistiques
Peut être enrichies par d'autres données hors lignes

Communication marketing personnalisée

- En quelques clics, on passe d'un aperçu analytique à une campagne marketing ciblée
 - Marketing par courrier
 - Personnalisation du site
 - Liste de ciblage
 - Automatisation du suivi analytique
- Gestion de campagne
 - Planification
 - Hiérarchisation
 - Règlementation
- Réduire les coûts et la complexité de mise en œuvre de telles solutions d'intégration applicative afin d'être le plus pro-réactif possible



IBM Marketing Center (suite)

Web

Buy More, Save More Details below.

SPECIAL SAVINGS!
Nike Basic Swoosh T-Shirt
Reg. \$20.00
Sale \$11.99

An active basic tee in soft cotton with stretch rib collar for added comfortable wear. Short sleeves, embroidered Swoosh logo on left chest.

details offers shipping & returns

- Cotton
- Machine washable
- Imported
- Web ID: 185695

★★★★★ 4.7 out of 5 (42 reviews)

Runs Small — Runs Large

Read all reviews Write a review Share: Facebook Twitter

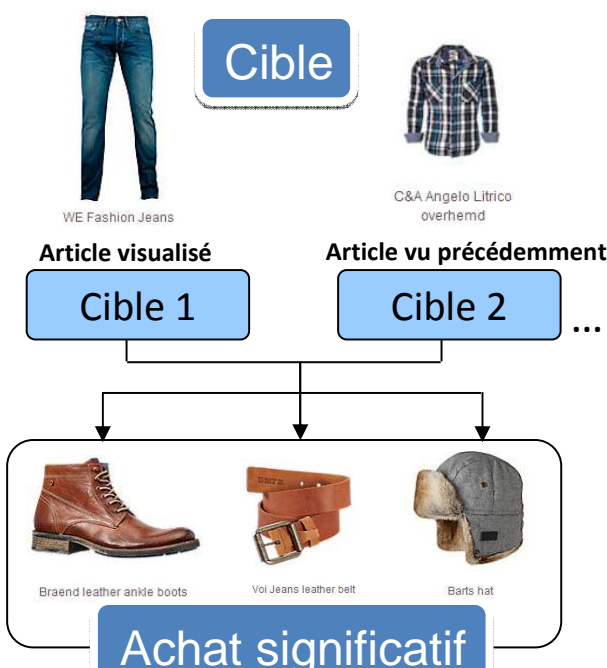
Write a review for a chance to **Win a \$1,000 gift card!** see details

size color qty

Select Size Select Color 1

reset selection

Reg. \$20.00 Sale \$11.99



Contenu multiple

Configure Communication Mail Content

The selected communication contains multi-content zones without any personalization rules. Choose which content to display for this treatment.

Viewed: 3 in: Engaged Experts + Credit Card Holders + A: 10% + No Interest Email

Select All

Card Zone: Classic Gray Card

Classic Gray Card Classic Blue Card Racing Card

Discount Zone: 10% off

10% off 15% off 20% off 25% off

Header Zone: No Interesting Financing

Lifestyle Zone: Patio

Plumbing Lighting Hardware Flooring

Discover our Plumbing Department Discover our Lighting Department Discover our Hardware Department Discover our Flooring Department

Preview Communication Apply Cancel

Email

Dear REG,

Thank you for your recent chair purchase.

View our store locator to find a VT Living store near you!

May we also suggest...

Chair Lamp Bed Table

Identification de l'article le plus "précieux"

Best value in the tablet world! - mntbc.com

Tablet essentials at a great value. Now \$169

THE HUNGER GAMES
SUZANNE COLLINS
The Hunger Games (Hunger Games...)
Suzanne Collins
★★★★★
NOOK Book \$8.99

FIRE
KRISTIN CASHORE
Fire
Kristin Cashore
★★★★★
NOOK Book \$9.99

Walk the Line
★★★★★
\$14.99
DVD \$7.49

LEVIATHAN
SCOTT WESTERFELD
Leviathan (Leviathan Series #1)
Scott Westerfeld
★★★★★
NOOK Book \$9.99

Multinational Business Finance
David K. Eteman
Hardcover \$180.89

Affichage

ORVIS

Items you may be interested in

Take \$10 OFF
your order of \$50 or more

4 DAYS LEFT!

CLICK TO SAVE



Maturité dans l'ère du Social Business

Social Business: From Liking to Leading

