

MAXYMISER annonce la disponibilité de fonctionnalités avancées pour l'optimisation du parcours client sur les applications pour smartphones.

Les applications pour smartphones sont devenues un canal essentiel et les nouvelles fonctionnalités proposées par Maxymiser permettront aux grandes enseignes de l'e-commerce de mesurer et d'améliorer l'impact de ces applications sur les performances.

Maxymiser, leader de l'optimisation multicanal, du test et de la personnalisation, annonce la disponibilité de fonctionnalités enrichies pour tester, mesurer et améliorer l'expérience client sur les applications mobiles. Les chefs de produit, ainsi que les professionnels du marketing numérique peuvent désormais mesurer le comportement des clients sur leurs applications et tester de manière dynamique leur parcours client pour améliorer l'engagement, les taux de conversion et le chiffre d'affaires.

Des études récentes publiées par comScore ont révélé aux États-Unis que pour la première fois le trafic Internet via des applications mobiles - soit 47% - a dépassé l'utilisation de l'ordinateur qui ne représente plus que 45%. En outre, le Gartner prévoit que les revenus mondiaux générés par des achats réalisés via des applications passeront de 4,589 millions de dollars en 2013 à 36,881 millions d'ici 2017, soit une augmentation de plus de 700%. Ces chiffres mettent en perspective le rôle stratégique des applications mobiles sur le développement du commerce en ligne.

Cependant, les utilisateurs sont de moins en moins disposés à pardonner une mauvaise expérience. A partir de ce constat, comment les ecommerçants vont-ils pouvoir intégrer l'usage des applications mobile dans leur stratégie globale d'engagement et d'amélioration de l'expérience client, de fidélisation et de développement de leur chiffre d'affaires?

Tim Brown, le CEO de Maxymiser, commente, «à ce jour, il est très difficile pour une entreprise d'évaluer la valeur réelle d'une application dans les résultats. En dépit du fait que de nombreuses entreprises se sont dotées de cet outil, l'unique mesure qu'elles exploitent aujourd'hui est le volume de téléchargement. Toutefois, pour justifier cet investissement et reconnaître l'importance des applications mobiles comme un canal à part entière, les ecommerçants doivent être en mesure d'en évaluer et d'en affiner la facilité d'utilisation. Ils pourront ainsi comprendre pourquoi malgré des volumes élevés de téléchargements, il n'y a pas de traduction en terme d'enregistrements ou de conversions clients. Par ailleurs, il s'agit de comprendre l'impact de ce type d'expérience sur la perception globale de la marque par le client".

Maxymiser a étendu aux applications mobiles sa plateforme brevetée d'optimisation OneTouch, leader sur le marché, en y rajoutant des fonctionnalités avancées pour l'optimisation des applications mobiles. Celles-ci permettent aux entreprises d'utiliser des techniques fiables de tests d'optimisation multicanal. Les professionnels du marketing peuvent créer et transférer du contenu dynamique sur leur application et mesurer les effets de ces changements sur l'engagement, les taux de conversion et le chiffre d'affaires, en supprimant le risque d'exposer les utilisateurs à des expériences peu performantes. En outre, il permet également d'intégrer de façon transparente les tests sur les applications dans la stratégie d'optimisation multicanal de l'entreprise.

Nick Keating, vice-président EMEA chez Maxymiser, ajoute : «jusqu'à récemment, très peu de tests d'optimisation ont été effectués sur les applications, car trop difficiles à réaliser. Maintenant que les tests peuvent être intégrés dans le développement des applications, Maxymiser va pouvoir aider un grand nombre d'entreprise en ayant recours à des techniques d'optimisation telles que les tests A/B, ainsi que les tests multi variés et de personnalisation, afin de comprendre et d'améliorer l'expérience client sur les applications mobiles".

Tim Brown conclut : «*les applications font désormais partie des processus clés de l'entreprise tels que la réservation et le paiement. De fait, la compréhension de leur performance doit s'améliorer : les données analytiques et le reporting doivent être beaucoup plus sophistiqués et en phase avec les objectifs stratégiques globaux. Maxymiser est maintenant en mesure de satisfaire le besoin des entreprises qui souhaitent améliorer les performances sur tous les canaux en appliquant la même rigueur sur le canal application mobile que sur celui des PC*».

A propos de Maxymiser :

Fondée en 2006, Maxymiser aide les grandes enseignes à transformer chacune de leur interaction digitale en une expérience client homogène, pertinente et engageante grâce à la mise en place de ses solutions de testing et d'optimisation multicanal en mode cloud. Connue pour servir des milliards d'expériences individuelles et la réalisation de 10 milliards de tests mensuels pour le compte de clients internationaux, Maxymiser valorise les données clients pour radicalement stimuler l'engagement et les ventes, et augmenter, sur le long terme, la valeur de l'entreprise. L'originalité de Maxymiser réside dans l'association d'une solution logicielle d'optimisation de l'expérience client et d'un accompagnement opérationnel reposant sur une équipe d'experts métier. Cette approche permet de donner des résultats rapidement mesurables sur la stratégie produit sur le web, les mobiles, les réseaux sociaux et les campagnes d'emailings lors de tests client A/B multivariés, en fonction de la segmentation client et du ciblage comportemental.

Entrée en 2013 dans le classement Tech Track 100 du Sunday Time, Maxymiser accompagne les sociétés les plus emblématiques telles que Avis Budget EMEA, Intercontinental Hotel Group, Mothercare, EasyJet, Homebase, HSBC et Virgin Media. Maxymiser est basée à New York avec des bureaux à Chicago, Edimbourg, Düsseldorf, Londres, Munich et à San Francisco.

Pour plus d'informations, rendez-vous sur le site www.maxymiser.com et retrouvez l'entreprise sur Facebook, Twitter et LinkedIn.

Contact presse :

Véronique PIGOT - Agence Kani RP pour Maxymiser - Tél. : 33 (1) 49 52 60 64 - Email : maxymiser@kanirp.com