

Optimisez et personnalisez vos parcours clients en mode headless

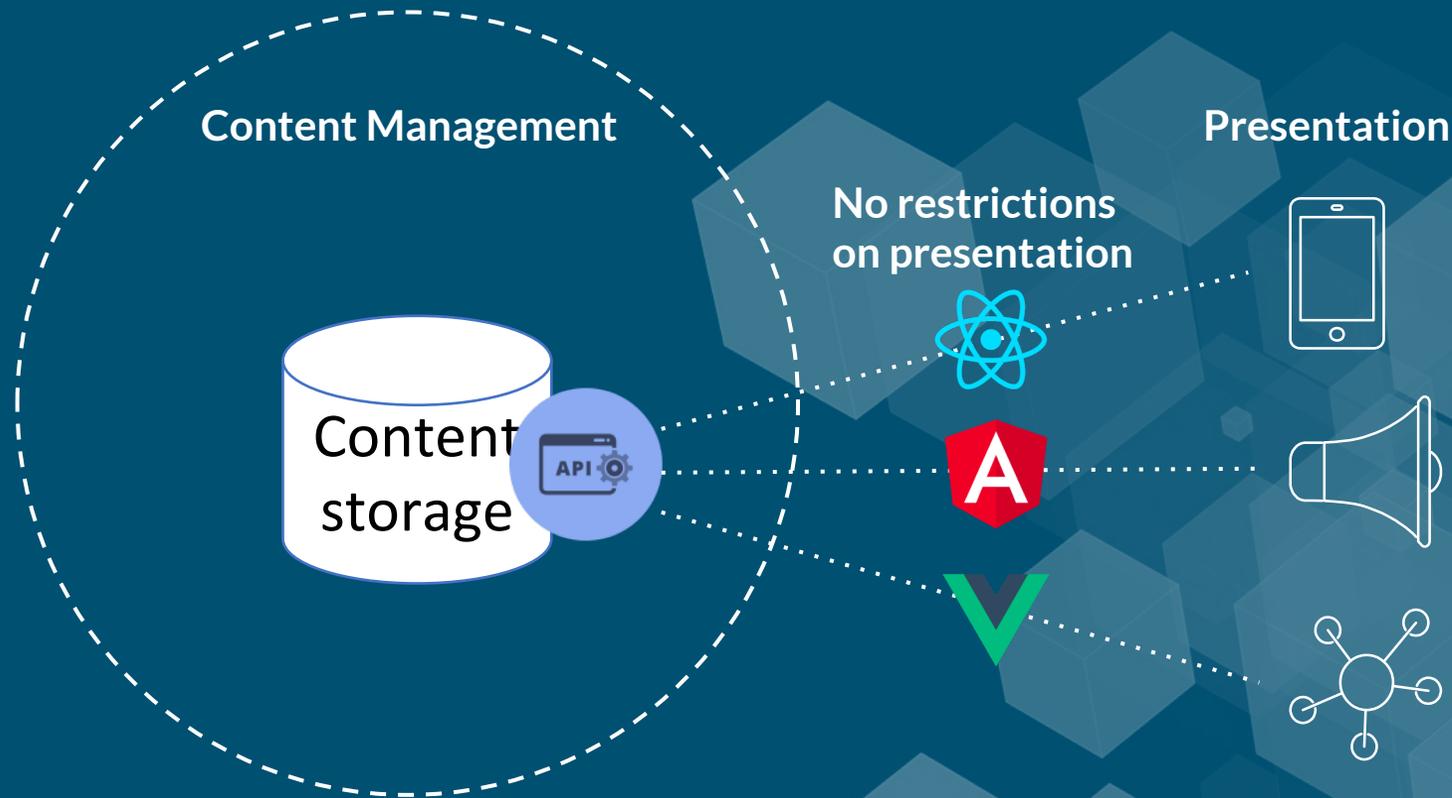
Stéphane Monier
VP Sales Engineering



Headless

Qu'est-ce que le Headless

jahia Day



Headless

Quels usages pour un mode Headless ?

jahia Day

- Application Métiers
- Application Mobile
- Besoin de contenus exposés en tant que services
- Équipe de développeurs front-end
- Etre agnostique à la technologie Back-end
- Agréger différentes sources de données au niveau du front-end



Personnalisation: quels (potentiels) bénéfices

jahia Day

Capter l'attention

« Il s'agit d'avoir des données à portée de main pour délivrer un message pertinent afin d'éviter le fouillis et d'avoir plus d'effet. »

VP of Marketing
Financial Services

Approfondir la relation client

« Notre plus grande opportunité avec la personnalisation est de grandir et d'amplifier notre relation avec notre clientèle existante. »

Head of Product & Marketing
Banking

Encourager la conversion

« Nous utilisons tout ce que nous savons sur nos consommateurs pour les motiver ou modifier leur attitude par le biais de la personnalisation afin qu'ils achètent davantage chez nous. »

VP of Marketing
Food Services

Deux catégories d'intention perçue **jahia** Day

Perception des consommateurs à l'égard
des messages personnalisés

Consommateur



Message personnalisé

« Prouvez moi que vous me connaissez »

Qui je suis?

Le message mentionne mes informations personnelles

Qu'est-ce que j'ai fait?

Le message se base sur mes interactions passées (achat)

Qu'est-ce qui est important pour moi?

Le message reflète mes valeurs personnelles

« Aidez moi »

Facilitez la tâche.

Le message facilite le parcours jusqu'à la conversion

Rassurez moi.

le message me rend moins anxieux à l'idée de prendre la mauvaise décision

Apprenez-moi quelque chose de nouveau.

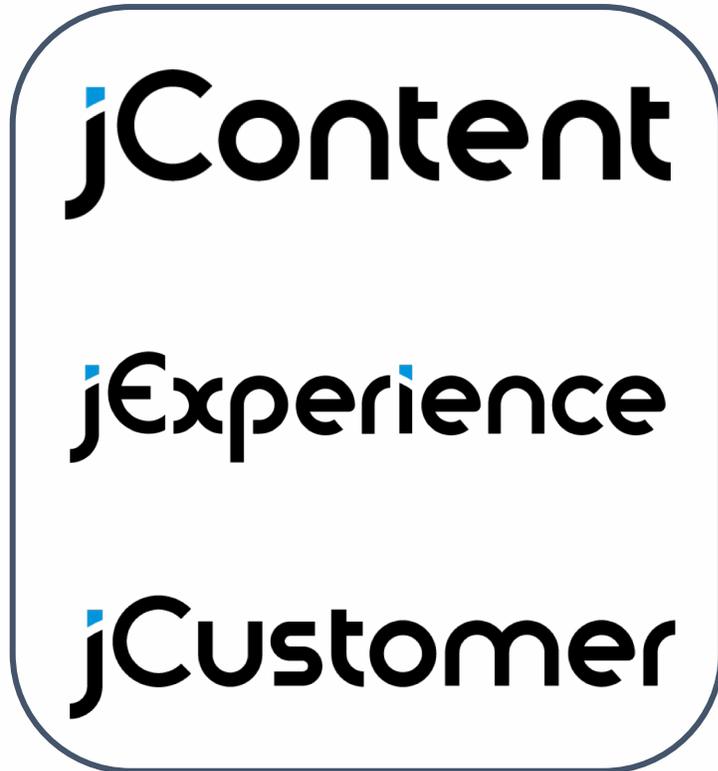
Le message m'aide à comprendre au mieux comment utiliser mon achat

Guidez moi.

Le message me guide afin de résoudre un problème

Seguro Web Application

jahia Day



Contenus "as a Service"

A/B Test - Personalisation - Analytics

Collecte / Profiles / Comportement



Progressive Web App
Demande de devis
Souscription



SEGURO



Contexte :

Seguro est une société d'assurance fictive
Nous nous concentrons aujourd'hui sur le tunnel de demande de devis pour une assurance Auto.

Optimisation :

Test A/B sur la première étape (Immatriculation versus Make/Model/Year) afin d'optimiser le parcours et dans le but de vérifier quelle variante à le meilleur taux de conversion.

Personnalisation :

Mise en place de messages de réassurance et d'aide personnalisée dans le but de créer un climat de confiance avec le visiteur afin de le guider et d'obtenir un meilleur taux de conversion.

LIVE DEMO



<https://seguro.now.sh>

Results using **jExperience**

A decorative background consisting of numerous 3D cubes of varying sizes and orientations, rendered in a light gray color. The cubes are scattered across the right side of the slide, creating a sense of depth and complexity.

Points clés à retenir

- Pensez « Aide », plutôt que « Personnalisation ».

L'approche la plus effective, c'est l'« Aide personnalisée », il s'agit de fournir aux consommateurs l'aide dont ils ont besoin en temps opportun et de façon pertinente

- Quand il s'agit de la dimension des données clients, Attention!

L'astuce est de définir clairement le type d'aide que nous voulons offrir à nos clients avant de penser à nos besoins en données !

- Il n'y a pas de mal à demander à vos consommateurs leurs données.

Les consommateurs sont presque toujours prêts à partager leurs données avec vous, **SI** c'est pertinent pour eux dans le moment.

SEGURO



Ce que vous avez vu ?

- Personnalisation en temps réel utilisant GraphQL (Message de réassurance et Aide personnalisée)
- A/B testing
- Analytics
- Collecte de données client et consentements
- Interface simple et intuitive pour les utilisateurs métiers.

Headless

jahia Day

Où le Headless n'est généralement pas à la hauteur

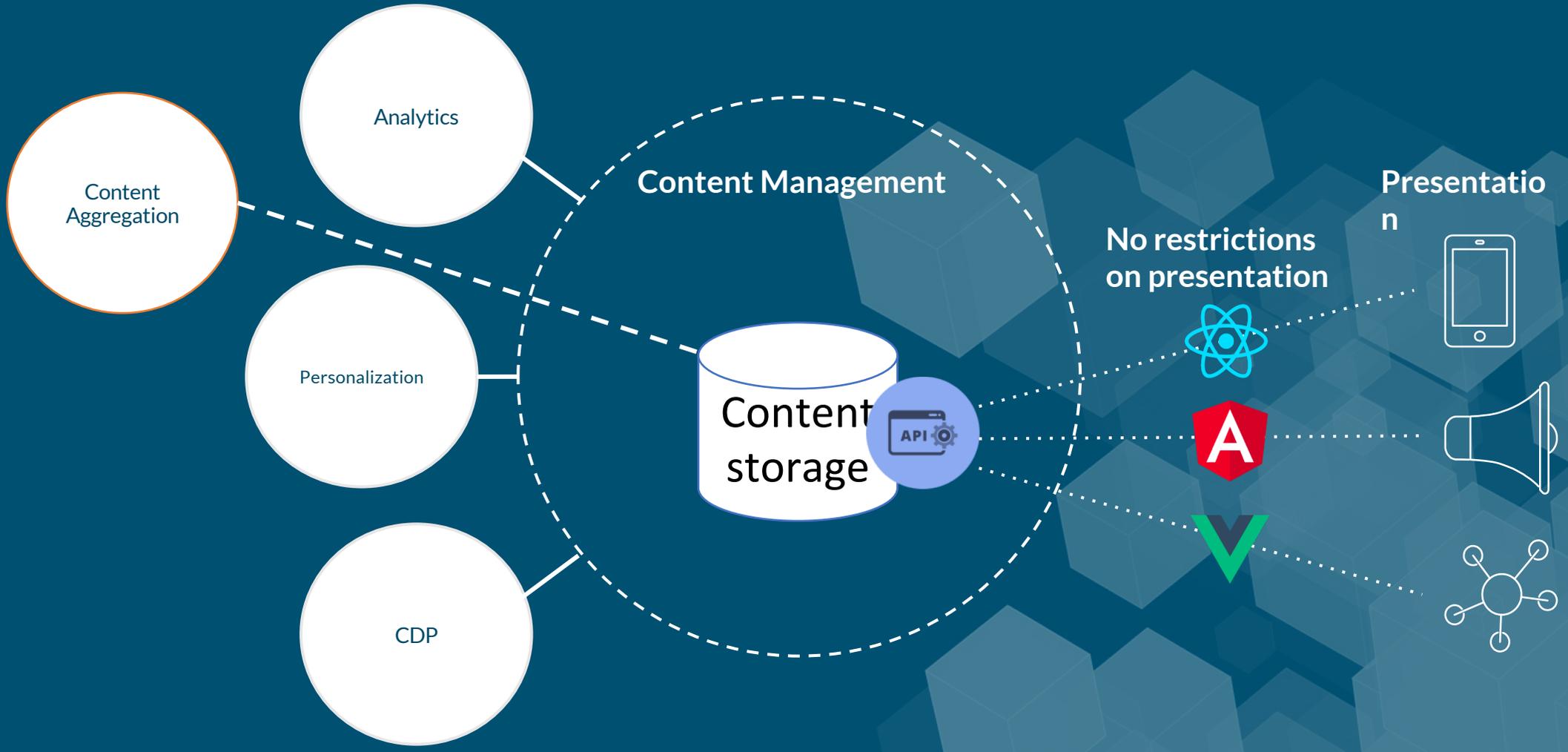
- Manque de personnalisation
 - ◆ Si la personnalisation est possible, c'est sur l'écran suivant
- Absence d'A/B tests
- Manque d'Analytics
- Absence de données clients et de consentements
- Manque d'interfaces simples et intuitives pour les utilisateurs métiers



Headless

Headless Digital Experience Platform (DXP)?

jahia Day



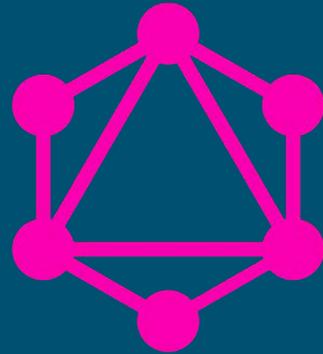
Seguro

Behind the scenes

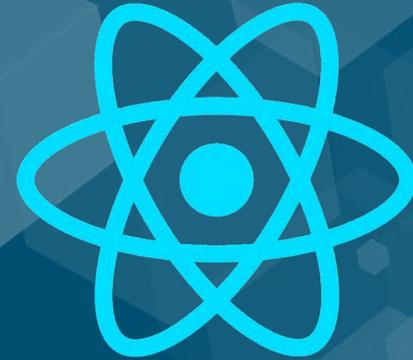
jahia Day

jContent
jExperience
jCustomer

Le contenu est défini et créé dans **jContent**



Le contenu personnalisé est accessible en temps réel via GraphQL



L'App a été développé avec React.js par des développeurs Front-end



L'App a été déployé sur un CDN pour offrir des performances fulgurantes

Questions ?

Stéphane Monier
VP Sales Engineering

