

ETUDE

Rubrique en partenariat avec



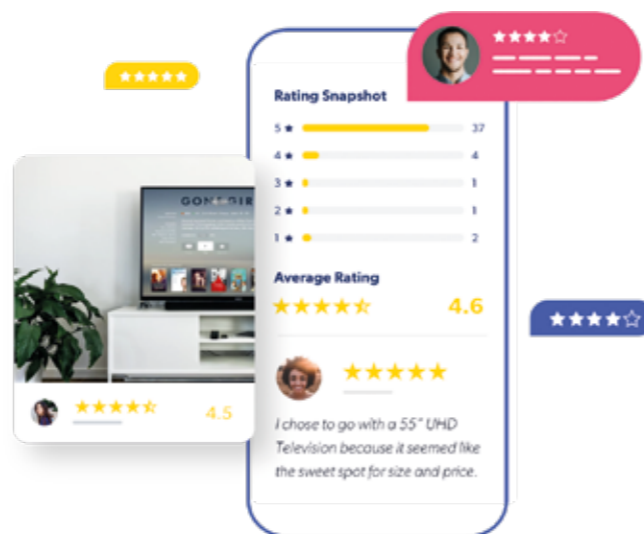
ÉTUDE « TOTAL ECONOMIC IMPACT™ » POUR BAZAARVOICE un ROI de 400 %, un revenu total augmentant de 2.71 % et un retour sur investissement sous trois mois

Bazaarvoice, fournisseur de solutions de contenu généré par les utilisateurs (CGU) annonce aujourd'hui la publication de l'étude indépendante « Total Economic Impact » commandée à l'institut Forrester. Les résultats de l'étude révèlent le retour sur investissement (ROI) potentiel dont les entreprises clientes peuvent bénéficier en utilisant Bazaarvoice.

Le ROI de 400% constitue un élément appréciable en période de récession et un rendement de \$4 pour chaque dollar dépensé pour les solutions et services de l'entreprise. L'étude confirme également qu'il ne faut que trois mois pour bénéficier de ce ROI.

Un analyste en UX de biens de consommation emballés (alimentaires) indique : « Nous faisons confiance Bazaarvoice pour nous aider sur l'aspect recherche. Les CGU sont un excellent moyen pour nous d'actualiser le contenu de notre site et d'attirer l'attention sur notre produit. Cela nous permet d'être mieux classés dans les résultats de recherche et d'être trouvés plus facilement. »

Dans le cadre de cette étude, Forrester a interrogé dix décideurs clés de cinq marques et de quatre distributeurs ayant recours à Bazaarvoice dans les régions EMEA et Amérique du Nord. Les principales conclusions de l'étude sont les suivantes :



1) Les marques et détaillants ont vu la portée des pages produit tripler, grâce au contenu syndiqué qui a été posté sur les sites Internet des distributeurs : Bazaarvoice aide les enseignes à augmenter la couverture CGU de leurs pages web et veille à leur qualité pour mettre en valeur les produits. Cela a conduit une conversion améliorée de 100 % sur les pages produits (avec un passage de 2 % à 4 %) et une augmentation de 5 % de la valeur moyenne des commandes.

2) Les questions et réponses sur les produits ont permis d'augmenter les conversions de 150 % : Bazaarvoice aide les entreprises à permettre à leurs clients de poser des questions auxquelles leurs équipes de service clientèle peuvent répondre. Ce dispositif a amélioré la conversion de 20 % - pour atteindre un taux de 5 %.

3) Le taux de conversion s'est amélioré de 200 % grâce au contenu social et visuel : Bazaarvoice offre à ses clients la possibilité d'inclure du contenu visuel provenant de leurs réseaux sociaux dans leurs actions marketing. Lorsque les acheteurs ont interagi avec ce type de contenus, ainsi qu'avec d'autres types de notations et commentaires, le taux de conversion est passé à 6 %.

4) Le taux de conversion a augmenté de 300 % lorsque les consommateurs se sont intéressés au contenu issu des campagnes d'échantillonnage : Bazaarvoice soutient les entreprises dans le lancement de telles campagnes pour générer des avis de la part des acheteurs. Dans ce cadre, les taux de conversion ont atteint 8 %.

5) Une amélioration de 30 % de la productivité des opérations liées au CGU : Le support apporté par Bazaarvoice pour intégrer les systèmes internes



des enseignes à leur réseau retail, sans oublier les services d'authentification et les filtres de modération, ont considérablement soulagé et aidé les entreprises clientes. Les équipes ont donc pu libérer du temps pour se concentrer sur l'amélioration de leurs programmes CGU.

6) Les ventes en magasin ont représenté 21 % du total des revenus générés : Les acheteurs ont utilisé le CGU syndiqué via Bazaarvoice pour effectuer des recherches en ligne et acheter en boutique. Les distributeurs ont pu mesurer leurs performances en interrogeant les acheteurs après leur achat en magasin, ce qui a permis de prouver la valeur ajoutée de Bazaarvoice pour les entreprises.

« Les entreprises du monde entier sont en recherche d'un retour sur investissement rapide, d'une rentabilité accélérée et de la satisfaction des clients », déclare Keith Nealon, PDG de Bazaarvoice. « Nous croyons que cette étude indépendante de Forrester révèle ce dont les marques et les détaillants ont bénéficié dans le cadre de leur programme avec Bazaarvoice, avec une amélioration à minima de 100 % des conversions sur les produits documentés par du CGU. Ont aussi été constatés un triplement de la couverture produit, un décuplement de la syndication de contenus CGU grâce à la qualité du réseau Bazaarvoice, ce qui résulte en un ROI de 400 % sur les investissements effectués. »

Pour en savoir plus, scannez-moi !



À PROPOS DE BAZAARVOICE

Des milliers de marques et de distributeurs parmi les plus importants au monde font confiance à la technologie, aux services et à l'expertise de Bazaarvoice pour générer du revenu, étendre leur notoriété, obtenir des informations pratiques et créer de la loyauté. Le vaste réseau mondial de Bazaarvoice, réseau de distributeurs, réseau social et de syndication, sa communauté passionnée par les produits et sa technologie déployée auprès des entreprises permettent de fournir les outils dont les marques et les distributeurs ont besoin pour créer des expériences d'achat plus intelligentes tout au long du parcours client. Fondée en 2005, Bazaarvoice compte plusieurs bureaux à travers l'Amérique du Nord, l'Europe, l'Asie et l'Australie. Son siège social se situe à Austin, au Texas. Pour plus d'informations, veuillez consulter www.bazaarvoice.com.