

Maximiser le retour sur investissement d'un site Web :

Le rôle crucial d'une recherche de qualité



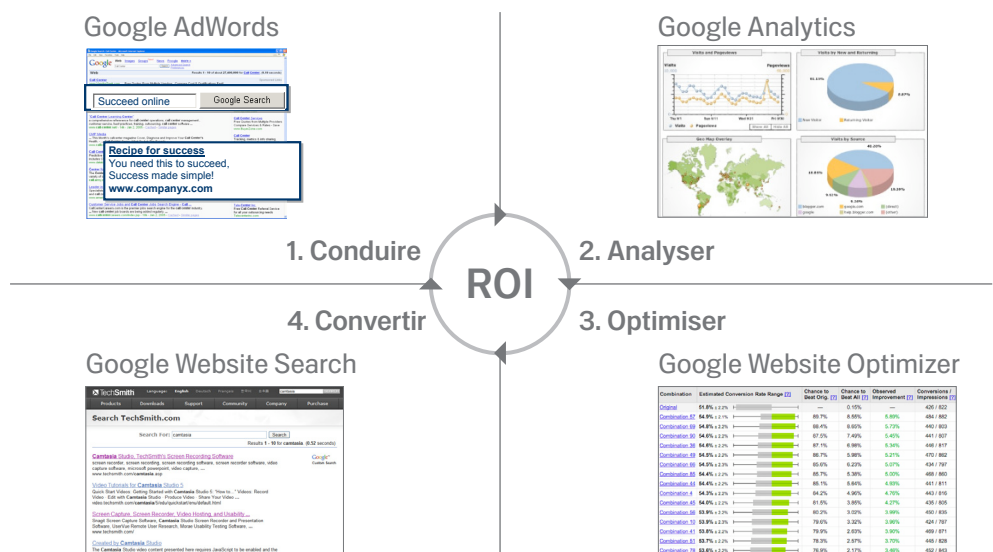
Entraîner des conversions : le rôle crucial de la recherche	4
Un amortissement rapide des investissements	4
L'autre avantage : une réduction des coûts du service client	5
Solution hébergée et sur site.....	6
Conclusion	7

Les sites Web font partie des investissements marketing les plus facilement mesurables qu'une entreprise ou une institution puisse réaliser. Ils permettent d'établir des objectifs quantifiables directement liés aux objectifs globaux de marketing et de communication. Ils facilitent également le suivi granulaire des résultats pour garantir un retour sur investissement (ROI) immédiat et tangible.

Afin de maximiser le ROI d'un site Web, Google préconise une approche méthodique éprouvée, composée de quatre étapes :

1. **Conduire le trafic** dans les activités telles que la publicité basée sur la recherche et les promotions de sites Web.
2. **Analyser le trafic** pour comprendre la provenance des visiteurs et leur interaction avec le site.
3. **Optimiser le site** en déterminant quelles combinaisons de contenu et d'images du site entraînent le plus de conversions.
4. **Augmenter les conversions** et réduire les taux de rebond à l'aide de l'intelligence rassemblée au cours des étapes précédentes. Ensuite, grâce à la solution de recherche, par exemple une recherche sur site Web de Google Search Appliance (GSA) - guider les visiteurs pour trouver les informations dont ils ont besoin et les inciter à devenir des clients actifs ou des utilisateurs qui s'investissent dans votre site Web.

L'approche Google



Le processus redondant peut être utilisé pour augmenter continuellement les résultats et le ROI du site Web, en créant un avantage stratégique et en ajoutant de la valeur au site – pour les utilisateurs et le résultat net. Cette « amélioration continue », qui permet aux propriétaires de sites Web de comprendre et de gérer la productivité des données de leurs sites, se trouve au cœur des offres de produits et services Google. Google offre une gamme complète de solutions pour soutenir cette productivité, dont :

Google AdWords, la solution de publicité basée sur la recherche et utilisée par des millions d'entreprises du monde entier pour conquérir de manière rentable de nouveaux clients

Google Analytics, les services d'analyse Web de Google, permettant aux annonceurs et aux éditeurs de rendre les campagnes publicitaires et les sites Web plus efficaces

La recherche est souvent mésestimée

Malgré les preuves solides selon lesquelles la recherche Internet entraîne les conversions, la plupart des sites offrent aux visiteurs des expériences en matière de recherche en dessous de la moyenne. Des études suggèrent que 85% des recherches sur sites Web ne renvoient pas des informations pertinentes aux visiteurs.⁴ Environ 22% des recherches ne renvoient aucun résultat,⁵ et 80% des visiteurs quittent le site Web si la fonctionnalité de recherche est médiocre.⁶

Google Website Optimizer Outil gratuit d'optimisation et de test de sites Web

Google Site Search et Google Search Appliance, solutions permettant d'étendre la technologie de recherche éprouvée aux sites Web de tous types

Entraîner des conversions : le rôle crucial de la recherche

La quatrième étape, consistant à entraîner des conversions, fait partie des objectifs les plus difficiles à atteindre. Pourquoi ? Selon le *Landing Page Handbook* de Marketing Sherpa, « **Les visiteurs passent en moyenne huit secondes sur un site avant de décider s'ils restent ou non sur ce site.** »

Qu'ils soient à la recherche d'informations générales ou d'un produit spécifique, les visiteurs qui ne trouvent pas en quelques secondes ce dont ils ont besoin quittent généralement le site Web. Des études montrent que la recherche sur un site Web est un facteur capital qui détermine si les visiteurs y passeront ou non plus de temps. Lorsque des tentatives de navigation sur un site Web échouent, 50% des utilisateurs se tournent vers la recherche.¹ Dans une étude réalisée sur 2 000 clients, 71% ont effectué des recherches par mots-clés pour trouver des produits.² Lorsque les clients effectuent des achats en ligne, 90% d'entre eux affirment utiliser l'outil de recherche du site pour accéder au contenu du self-service.³

D'un autre côté, les entreprises qui ont mis en place une recherche de qualité sur un site Web constatent une augmentation de l'engagement des visiteurs, dont une augmentation substantielle des conversions et ventes, ainsi qu'une réduction des coûts de service client. Il est facile d'imaginer des scénarios où la recherche peut transformer les résultats. Par exemple, Trueways Survival School, qui propose un entraînement de survie et des cours de survie en forêt, utilise la recherche en ligne pour aider les visiteurs à identifier des produits et les informer plus rapidement. Waterfilters.net, qui propose un vaste inventaire des accessoires de filtration de l'eau, utilise la recherche pour réduire son taux de rebond de 4% tout en encourageant les conversions de 11%. Le fournisseur de solutions logicielles pour entreprises EMC Insignia a augmenté ses ventes en ligne de 20% depuis la mise en place d'une recherche de qualité sur son site Web, tout en diminuant en même temps de 85% les remboursements demandés par les clients.

Un amortissement rapide des investissements

En termes de ROI, un site doté d'une recherche de qualité est rapidement amorti. Les clients des moteurs de recherche Google peuvent augmenter leurs conversions et leurs ventes en ligne de 20%, parfois quelques jours après avoir ajouté l'option de recherche à leurs sites Web. Les retours sont cependant impressionnants même si la croissance est plus faible. Une augmentation des conversions ou des ventes de 5% est tout de même souvent suffisante pour avoir un impact significatif sur le résultat d'une entreprise, quelle que soit sa taille. La pertinence fait augmenter la satisfaction et les clients reviendront probablement sur le site et le recommanderont à d'autres.

Google Website Search : augmenter les conversions et les ventes

Suppositions

- Supposons qu'un moteur de recherche de qualité pour sites Internet augmente les conversions de 5% en délivrant précisément aux visiteurs les informations pertinentes
- L'augmentation des conversions entraîne par conséquent une hausse des ventes générées par le site Web
- Les solutions de recherche pour les sites Web de Google peuvent augmenter les conversions et les ventes associées de 20%

1 Jupiter Media Matrix

2 eTailing Group

3 Harris Interactive

4 Jupiter Research

5 IDC

6 Jupiter Media Matrix

« Google Site Search permet à vos clients d'accéder rapidement aux données, d'obtenir les réponses aux questions fréquentes en matière de support et de trouver les caractéristiques des principaux produits, ce qui aide les clients mais aussi notre personnel de support dans le monde entier. Notre personnel trouve rapidement les liens, les documents et les réponses courantes que recherchent les clients au bout du fil. »

Layla Rudy
Webmaster
EMC Insignia

Calcul du ROI

	Petite entreprise	Moyenne entreprise	Grande entreprise
Collaborateurs	50	1 000	50 000
Chiffre d'affaires (CA)	\$5M	\$100M	\$5B
% du CA généré par le site Web	40%	20%	10%
CA généré par le site Web	\$2M	\$20M	\$500M
Augmentation en % des conversions	5%	5%	5%
Augmentation en % du CA généré par le site	5%	5%	5%
Augmentation totale en \$ du CA annuel	\$100K	\$1M	\$25M

L'autre avantage : une réduction des coûts du service client

En augmentant leur chiffre d'affaires, les entreprises réduisent également les coûts grâce à des solutions de recherche de qualité. Grâce à une solution de recherche sur site Web, les clients se servent eux-mêmes et trouvent en ligne les réponses à leurs questions. Ils n'ont plus à contacter par e-mail ou par téléphone le service d'assistance. Même une légère diminution des incidents support par e-mail et téléphone, engendrée par une solution de recherche sur site performante et intuitive, peut diminuer de manière significative les coûts des services client.

ROI de la recherche sur site : quelques chiffres sur la réduction des coûts des services clients

Un support téléphonique coûte en moyenne \$20 par incident, un support par e-mail :

- \$15 par incident, et un utilisateur autonome : \$5 par incident⁷
- 62% des contacts auprès des services à la clientèle se font par téléphone⁸

Suppositions

- Les solutions de recherche sur sites Web de Google ont permis de réduire les appels téléphoniques et les e-mails vers les centres d'assistance de 30%, mais supposons que la réduction ne soit que de 5%
- Prenons comme exemple 36 agents avec 40 incidents/jour (selon les moyennes de référence)¹

Calcul du ROI

Avec des suppositions extrêmement prudentes, une solution de recherche sur site permettrait d'économiser \$236K par an sur une dépense totale de \$6.6M, soit une réduction de 3,6% des coûts.



Bien que les résultats puissent varier en fonction de la taille de l'entreprise et de la complexité des besoins en assistance, même une réduction de 5% des incidents par téléphone ou par e-mail permet d'économiser des milliers de dollars par an.

De nombreuses autres entreprises connaissent une réduction des coûts due à une amélioration du service client avec une solution de recherche sur site de qualité.

⁷ www.contactcenterworld.com/view/contact-center-news/Help-Desk-Institute-Releases-2003-Practices-Survey.asp
⁸ HDI

« Google Site Search est fantastique, nous n'aurions jamais pensé que la modification de notre solution de recherche aurait un impact aussi positif sur l'utilisation de notre site. »

Peter Walker
Responsable des technologies
Mortgages.co.uk

Sur Mortgages.co.uk, important fournisseur d'informations sur les hypothèques, le déploiement d'une solution de recherche sur site Web de qualité a entraîné une augmentation de 8% des pages visitées et une augmentation de 16% des conversions.

Au Royaume-Uni, Monarch Airlines a connu une réduction de 30% des e-mails reçus pour des besoins en assistance la première semaine qui a suivi la mise en place de la solution de recherche sur son site Internet. EMC Insignia utilisait une recherche interne pour permettre aux représentants du support client de trouver rapidement les réponses aux questions courantes des clients posées durant les appels téléphoniques. Sur Toolhawker.com, qui traite les besoins des techniciens professionnels, le nombre de pages visitées par les clients au cours d'une visite du site Web a augmenté de 25% en moyenne après la mise en place d'une solution de recherche de qualité, se traduisant en temps plus significatif passé sur le site.

Solutions hébergées et sur site

Plusieurs options peuvent être considérées au moment de choisir une solution de recherche. Les solutions hébergées, dont Google Site Search, offrent une recherche sous forme de logiciel-service (SaaS), une alternative rentable ne nécessitant pas de déploiement local de matériel ou de logiciel, et les installations ne prennent que quelques minutes. Les solutions hébergées se trouvent de plus dans des centres de données répartis dans le monde entier, optimisant l'efficacité de la gestion des données et la consommation d'énergie - se traduisant en une réduction des coûts. Les solutions hébergées peuvent être personnalisées en fonction des exigences de la marque de l'entreprise et facilement liées à des sites Web existants. Une indexation à la demande permet aux entreprises d'indexer rapidement des pages, réduisant ainsi davantage les barrières à l'entrée. Cette option convient parfaitement aux entreprises dont les ressources informatiques sont limitées ou qui ne souhaitent pas augmenter les niveaux de matériel installé et maintenu en interne, mais qui veulent tout de même permettre aux utilisateurs d'effectuer des recherches sur un site Web en utilisant les technologies performantes des moteurs de recherche Google.

En fonction des besoins spécifiques en matière de recherche, une entreprise peut également choisir un dispositif de recherche prêt à l'emploi - Google Search Appliance - déployé sur les lieux, qui réduit ainsi la charge sur le personnel informatique. Les solutions de recherche sur site sont une option rentable si l'offre inclut dans son prix le matériel, les logiciels, les mises à jour des produits, le support et la garantie de remplacement de produit. Ce modèle de « prix unique » supprime les coûts de maintenance annuelle et l'éventualité d'un dépassement du budget. Bien que la solution soit déployée sur site, selon les clients Google, le dispositif est rapidement déployé, offre une indexation automatique et nécessite peu de maintenance. En moyenne, uniquement un cinquième du temps d'un collaborateur à temps plein est nécessaire pour maintenir un dispositif dans une entreprise de 55 000 collaborateurs, selon les témoignages des clients de Google.

Avec un niveau de sécurité élevé, un prix fixe, des API avancées pour l'intégration avec plusieurs systèmes dans une entreprise, l'alternative sur site convient aux entreprises qui souhaitent permettre aux visiteurs de leurs sites Web de rechercher un nombre relativement élevé de pages ou de chercher des données contenues dans plusieurs référentiels ou bases de données de produits.

Google offre une gamme complète de solutions de recherche sur site Web qui répond aux besoins et budgets de la plupart des entreprises :

- Google Site Search offre la qualité légendaire du moteur de recherche Google dans une solution hébergée. Il permet aux utilisateurs de personnaliser l'aspect et la convivialité de leur site Web pour répondre aux exigences de la marque.
- Google Mini offre la simplicité et la puissance de la technologie de recherche Google à un prix révolutionnaire. Solution matérielle et logicielle intégrée, Google Mini offre une installation prête à l'emploi et peut être acheté en ligne.

« Google Search Appliance est plus facile à installer que votre propre ordinateur. »

Patrick Gardella
Département informatique
Discovery Communications

- Google Search Appliance est une solution de recherche sur site qui offre une recherche universelle : la possibilité de chercher via un champ de recherche tout le contenu, dans les serveurs Web, l'intranet, les partages de fichiers, les bases de données, les systèmes de gestion de contenu et les applications de l'entreprise.

Options de recherche pour les sites Web

	Google Site Search	Google Mini	Google Search Appliance
Qualité de recherche Google	X	X	X
Possibilité de personnalisation	X	X	X
Contrôle de l'indexation et des mises à jour	X	X	X
Recherche sécurisée		X	X
Support	En ligne/Téléphone (Direct)	En ligne	En ligne et téléphone
Plus d'informations	www.google.fr/sitesearch	www.google.fr/mini	www.google.fr/gsa

Bien qu'évidente, la principale considération dans le choix d'une solution de recherche pour site Web, hébergée ou sur site, est le renvoi rapide de résultats pertinents. Si les visiteurs d'un site Web ne trouvent pas ce qu'ils cherchent en huit secondes voire moins, ils ont moins de chances de devenir des prospects ou des clients. S'ils obtiennent des résultats précis et pertinents - comme ceux rapidement fournis par toutes les solutions de recherche Google - ils auront plus de chance de s'engager, d'acheter et d'être satisfaits de leur expérience sur le site Web.

Conclusion

À une époque où les clients sont conscients des nouvelles dépenses, les entreprises cherchent à déployer des solutions qui offrent un ROI rapide et important. Les solutions de recherche Google offrent aux entreprises une manière simple d'augmenter les revenus générés à partir d'un site Web et de diminuer les coûts de support client, offrant de solides avantages en matière de résultat net. Que l'objectif soit d'augmenter les ventes ou de réduire les coûts du service client, ou les deux, une solution de recherche sur site Web de qualité peut transformer le site Web d'une entreprise en un puissant outil qui engendrera des résultats substantiels, durables et mesurables.

