

Les cahiers du digital de Contentsquare #3

Les chiffres & les lettres de la coopération...

Ce que la donnée change dans le travail collaboratif, avec les retours d'expérience de Micromania, CEGID, Center Parcs et Generali !

B.a.-ba : Le point
table de multiplication !

Idées : En données *on ne
dit pas... mais on dit ! ;)*

Test : Quel data
wizard êtes vous ?

Table des matières

1

INTRO

Au travail, des chiffres & des lettres !

2

DOSSIER

Ce que la donnée change dans le travail !

13

IDÉES

En données *on ne dit pas... mais on dit ! ;)*

15

TEST

Quel data wizard êtes vous ?

17

B.A.-BA

Le point table de multiplication !

18

CONCLUSION

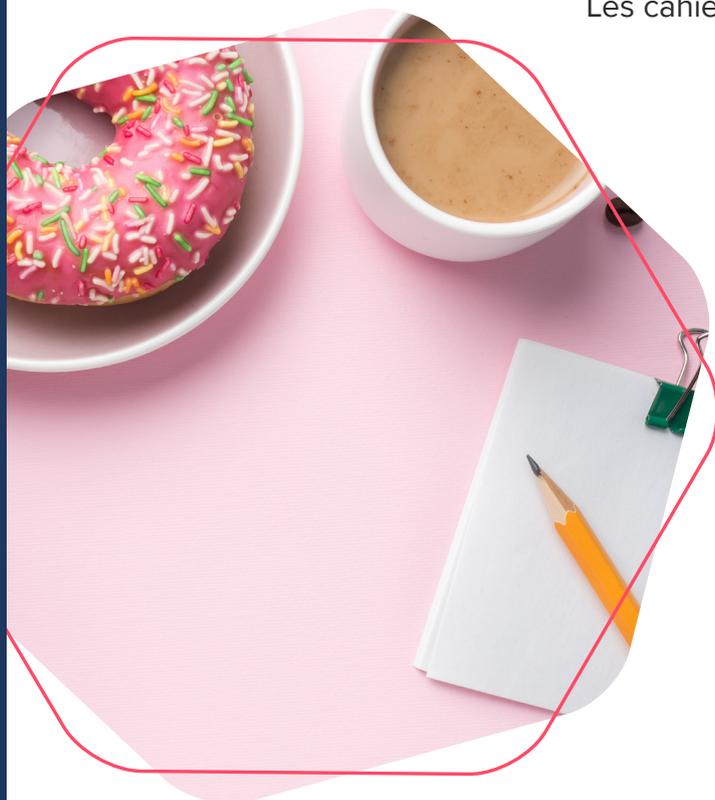
Élémentaire mon cher Watson !

INTRO

AU TRAVAIL, DES CHIFFRES & DES LETTRES !

Chiffres d'affaires, ROI, base de données internes, nombre de "likes" sur LinkedIn, NPS, solutions d'analytics... les chiffres sont aujourd'hui partout en entreprise. Dans les équipes digitales l'accessibilité à la donnée est devenue quasiment infinie, faisant de l'utilisation d'indicateurs de performance un nouveau pré-requis. Ces données que les collaborateurs se transmettent influent sur leurs communications, leurs prises de décision et leurs gains de compétences. Afin de comprendre en quoi ce rapport à la donnée change le travail, nous avons posé la question à nos clients. La donnée qu'ils évoquent est donc celle de notre plateforme d'Expérience Analytics mais nous espérons faire écho aux cas multiples dans lesquelles la donnée intervient. Voici donc les mots de Sandra et Jean de Micromania, de Johanna de Cegid, de Florent et Laurent de Center Parcs et de Franck de Generali. Nous les remercions chaleureusement pour leurs retours instructifs, sur cette question des chiffres... et des lettres en entreprise !





DOSSIER

CE QUE LA DONNÉE CHANGE DANS LE TRAVAIL !

Exit les retours d'expérience result oriented, ici nous allons parler des parcours de vie (ou d'entreprise) ! Dans notre ligne de mire, la manière de communiquer avec de la donnée, de partager des analyses, de définir des rôles, de prendre des décisions data driven et de monter en compétences. Disposons donc thé et biscuits sur la table, et c'est parti pour du Read & Chill !

1 La donnée et la communication : “Sans données, c’est juste une autre opinion !”

Si cette devise est celle de Contentsquare, elle est également celle de nos clients ! Ils sont revenus sur l’utilité de la donnée pour trancher et clore les débats. Etre capable d’opposer un gain de chiffre d’affaires à une modification UX leur permet de faire converger les opinions et de créer des ponts entre équipes différentes.

Contentsquare : La donnée a-t-elle un impact dans vos communications ?

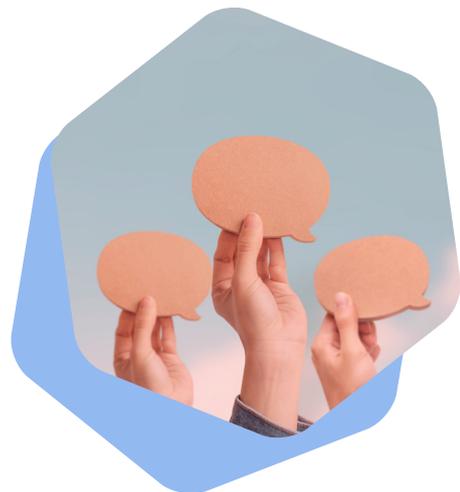


Sandra Canelle,
UX/UI Designer chez Micromania



La donnée est le nouveau point de départ de tous nos sujets liés à l’optimisation des interfaces. Le partage de chiffres permet de développer l’argumentation et de prouver qu’il n’y a pas forcément matière à discussion.

EN TRAVAILLANT AVEC DES CHIFFRES, CE QUI EST TRÈS FACTUEL, ON EMBARQUE TOUT LE MONDE !



Jean Vuillaume,
Web Analyst chez Micromania



Chaque semaine on a un comité de pilotage UX dont les propositions sont toutes fondées sur des analyses Contentsquare. La donnée est au cœur de ce qu’on va pouvoir avancer comme information. Ce qui est très intéressant c’est qu’on peut mettre des chiffres sur des impressions ou des ressentis pour les infirmer ou les confirmer.





Johanna Brasseur,
CRO Manager chez Cegid



Quand on se connecte sur Contentsquare il y a écrit "Without data it's just another opinion" et c'est clairement représentatif ! Les données nous permettent de faire passer un message car elles donnent des informations indéniables.

LE FAIT QUE CE SOIT CONCRET EST IMPORTANT LORSQU'ON ÉCHANGE AVEC LES AUTRES ÉQUIPES CAR RIEN N'EST BASÉ SUR NOS OPINIONS, TOUT EST JUSTIFIÉ AVEC DE LA DONNÉE ET LES CONCLUSIONS SONT COMMUNES.



Laurent Lemerrier,
Head of eMerchandising & Web Product chez Center Parcs



J'aime bien la signature de Contentsquare qui indique que "Sans data, c'est juste une autre opinion".

La donnée aide dans les communications, permet de clore certains débats et justifier nos décisions. **Elle permet de répondre objectivement et de façon alignée aux besoins client et business.** La donnée nous aide à prioriser.



Franck Dager,
UX Designer / Ergonome chez Generali France



L'UX designer, même s'il est expert, doit convaincre et peut être challengé. **Les techniques d'observation comme les tests utilisateurs sont un premier levier d'argumentation que les données permettent d'étayer.** L'expertise en sera renforcée, les messages passeront plus facilement et les besoins seront mieux compris. Notamment, car on en on prendra la mesure !



Florent Champigny,
Web Product, Content & Studio Director chez Center Parcs



L'UX designer va travailler étroitement avec le PO ou l'eMerchandiseur. Il aura 3-4 interlocuteurs. C'est ce que j'appelle les cores teams. Pourquoi une core team pluridisciplinaire est nécessaire ? **Parce que l'intelligence est collective !**



A travers ces réponses, on perçoit que la donnée aide à la communication. **Mais ouvre-t-elle aussi des débats ?**

Contentsquare : Avez-vous l'impression que la donnée ouvre ou ferme les débats ?



Sandra Canelle,
UX/UI Designer chez Micromania

“ La donnée intéresse et afin de comprendre au mieux les interprétations, on nous demandera des informations de contexte. Nos collaborateurs ont confiance en notre travail, fournir des informations additionnelles est nécessaire pour qu'ils puissent se l'approprier. ”



Johanna Brasseur,
CRO Manager chez Cegid

“ Lorsqu'on présente un audit, le dialogue est ouvert ! On parle d'ailleurs d'hypothèses et de recommandations. En général, l'audience nous demande de vérifier des éléments ou d'ajouter des comparaisons. Cette conversation permet de faire évoluer l'audit avec de bons débats. On travaille par exemple beaucoup avec les Content Managers, qui se nourrissent de la data pour travailler sur le contenu. ”



Jean Vuillaume,
Web Analyst chez Micromania

“ CE SERA NOTRE RÔLE DE FOURNIR LES INFORMATIONS QUI PERMETTENT D'INTERPRÉTER LA DONNÉE, COMME LE CONTEXTE OU LE BENCHMARK. ”



Franck Dauger,
UX Designer / Ergonome chez
Generali France



La donnée entraîne de l'interprétation. J'effectue ce travail préalablement aux présentations mais l'aide de l'équipe est appréciée.

**DANS CERTAINS CAS,
ON NE COMPREND PAS
LE COMPORTEMENT
DES VISITEURS ET
CELA OUVRE UN
DÉBAT, CE QUI NOUS
PERMET D'AVANCER !**



Laurent Lemerrier,
Head of eMerchandising & Web
Product chez Center Parcs



Les deux. Comme mentionné précédemment, la donnée permet de prendre des décisions objectives, rationnelles et fermer certains débats basés sur des intuitions ou ressentis personnels. **Mais la donnée peut également ouvrir des Deep Dive, des questionnements, des analyses complémentaires pour aller plus loin**, creuser de différentes manières afin de mieux comprendre. La data ouvre donc également des sujets data pour du Deep Dive.



La donnée semble donc ouvrir des questionnements lors de présentations. **Cela introduit la question du groupe de travail et des rôles qui le composent.**



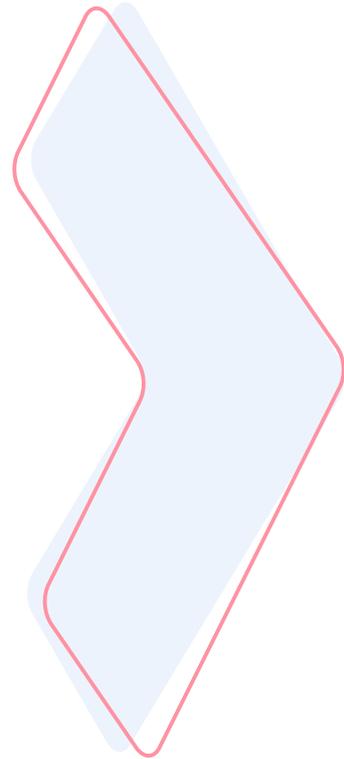
2 La donnée et son influence dans l'organisation du travail et la prise de décision

Contentsquare : Quel est l'influence de la donnée sur l'organisation du travail ?



Jean Vuillaume,
Web Analyst chez Micromania

“ La donnée a changé notre organisation car depuis qu'on utilise Contentsquare nous avons créé un comité de pilotage UX, hebdomadaire. C'est top ! Tout le monde adore ! C'est donc une weekly entérinée. ”



Johanna Brasseur,
CRO Manager chez Cegid

“ Même si une personne est responsable de faire des audits, ça reste une dynamique d'équipe ! C'est un processus en plus que d'avoir une personne qui fait des analyses. Sans cela, on irait peut-être plus vite mais on ne serait pas plus performants... au contraire ! ”



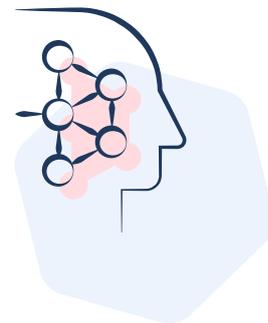
Florent Champigny,
Web Product, Content & Studio
Director chez Center Parcs



Ce qui compte, c'est l'ownership. C'est très important de savoir qui fait quoi. Le power user c'est l'UX designer assisté des Products Owners ou des E-merchandisers. La responsabilisation est très importante, c'est un des piliers de l'efficacité organisationnelle. Contentsquare est un outil d'aide à la décision dans la maquette de l'UX, dont il est maître. J'accorde un point très important à la responsabilisation des équipes, à l'ownership et à l'empowerment, qui sont des notions auxquelles je crois beaucoup. Laissons faire les experts !

IL FAUT QU'IL Y AIT UN OWNER QUI TRAVAILLE AVEC UNE PETITE ÉQUIPE, RESSERRÉE, UNE CORE TEAM DE 3-4 PERSONNES PLURIDISCIPLINAIRES.

C'est nécessaire pour permettre une prise de décision à la fin ! Ici, l'accessibilité de la donnée n'est pas un sujet de Data Engineer mais un sujet métier, pour servir nos objectifs. Nous ne souhaitons pas convaincre une direction marketing mais un client. D'où l'importance de la responsabilisation sur les sujets data !



La donnée est donc un sujet d'organisation pour permettre... **la prise de décision.**

Contentsquare : Quel est l'impact de la donnée sur les prises de décisions ?



Jean Vuillaume,
Web Analyst chez Micromania

“ La donnée aide à prendre les bonnes décisions car elle permet d'estimer les bénéfices qu'auraient certaines modifications. Ces éléments permettent de discuter à des niveaux plus stratégiques. **Par exemple, nous avons pu présenter la restitution de l'audit Contentsquare avec les maquettes de Sandra à notre comité de direction.** C'est la preuve d'un intérêt et d'une confiance managériale. ”





Laurent Lemerrier,
Head of eMerchandising & Web
Product chez Center Parcs



La data est clé pour analyser nos performances, piloter notre business, prioriser nos roadmaps, personnaliser nos sites web, justifier les décisions que nous prenons au quotidien... Sans data, nous avancerions à l'aveugle. Parmi tous nos outils, Contentsquare apporte toute cette data quantitative et qualitative comportementale, ce qui en fait un outil d'aide au pilotage complémentaire. Chez nous, le client et la donnée sont au centre des décisions.

NOUS AVONS D'AILLEURS EN INTERNE UNE GOUVERNANCE DE LA DONNÉE CENTRALISÉE AFIN DE GARANTIR CETTE « DATA QUALITY » AVEC UNE DONNÉE PROPRIÉTAIRE FIABLE.



Franck Dager,
UX Designer / Ergonome chez
Generali France



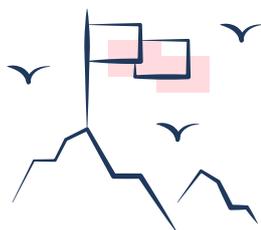
Je présente les données au Product Owner et nous allons prochainement communiquer les data à l'équipe IT. **La donnée voyage au delà de notre équipe et influe sur la perception des problèmes.**



Florent Champigny,
Web Product, Content & Studio
Director chez Center Parcs



Sur les sites web, le principal challenge est celui de la bande passante car même avec un bon budget, il est techniquement impossible que 100 développeurs puissent travailler sur le même code et la même page. C'est pourquoi il faut prioriser ! La donnée sera un moyen mais pas un but. Elle interviendra après le cas client ou l'objectif business. **Mon but n'est pas de suivre toute la donnée mais de la lier à une action et à une prise de décision.** Il y a trois étapes quand on parle de données : la data collection, l'insight et l'action. S'il n'y a pas d'action, la donnée ne sert à rien. On part donc du cas client pour définir en amont le cadre d'analyse et ne pas se perdre dans les données.



La donnée est donc un outil d'aide à la décision et donc au passage à l'action... **lorsqu'elle est bien utilisée.**

3 La donnée dans la montée en compétences

Contentsquare : Avez-vous le sentiment d'avoir acquis de nouvelles compétences et un nouveau vocabulaire depuis que vous utilisez de la donnée ?



Sandra Canelle,
UX/UI Designer chez Micromania

“ L'audit Contentsquare sert d'exemple. Je réutilise son format qui est très intéressant dans la façon de réfléchir. **Au niveau du vocabulaire, on utilise et véhicule des mots comme le taux de scroll, d'engagement, d'attractivité.** Le Digital Happiness Index aussi est une nouvelle notion pour parler d'UX de manière ludique et claire ”



Jean Vuillaume,
Web Analyst chez Micromania

“ **LE TRAVAIL COOPÉRATIF AVEC CONTENTSQUARE A ÉTÉ INTÉRESSANT. SANDRA A CRÉÉ LES MAQUETTES UX DIRECTEMENT EN COLLABORATION AVEC VOTRE DATA ANALYST, MYRIAM.** ”

Quand il y a eu la restitution, ce n'était pas seulement une présentation de données car il y avait aussi les maquettes de Sandra. Cet audit est depuis notre base de travail pour faire nos analyses.





Johanna Brasseur,
CRO Manager chez Cegid

“ J’ai été développeuse et chef de projet dans mes expériences précédentes, la data est ce qui me manquait. Elle m’amène à effectuer plus de présentations. Sur la méthodologie, l’approche est également nouvelle. Lorsqu’on fait une analyse Contentsquare, on appréhende le travail différemment car on avance à l’aveugle ! Même en listant les éléments à analyser, on ne sait pas ce qu’on va trouver. **Ça n’a rien à voir avec le développement par exemple !** ”



Laurent Lemercier,
Head of eMerchandising & Web Product chez Center Parcs

“ **La maîtrise de la donnée permet de faire gagner en expertise chaque équipe** pour toutes les raisons et illustrations mentionnées précédemment. La donnée Contentsquare favorise la compréhension du parcours et du comportement. Au niveau du vocabulaire, il y a des KPIs propres à Contentsquare comme le rage click, le taux d’engagement, le taux d’attractivité, le taux de conversion par clic, les parcours inversés par exemple venant renforcer la profondeur de nos analyses du parcours client. Nous pouvons identifier rapidement les opportunités et les frustrations, points de friction affectant la conversion. ”



Franck Dauger,
UX Designer / Ergonome chez Generali France

“ L’UX designer fait des tests utilisateurs qui sont un peu artificiels car les vraies conditions d’usages ne peuvent pas être respectées. Contentsquare est une fenêtre formidable sur ce que font les gens, réellement !

PAR EXEMPLE, POUR UNE REFONTE DE FORMULAIRE, JE ME BASE PLUS SOUVENT SUR DE LA DONNÉE !

Au sujet du vocabulaire, il y a des notions de Web Analysts qui sont plus claires dans mon esprit. ”

Conclusion : La donnée... est l’affaire de tous

En témoignent les retours de nos clients qui insistent sur l’importance de la donnée comme outil d’aide à la communication et à la prise de décision. Elle se partage, fédère et nourrit les conversations lorsque des processus clairs sont définis et des stakeholders identifiés. Si la donnée donne une apparence de neutralité... elle est à double tranchant et nécessite un travail permanent de questionnements et de réitérations ! Elle restreint certains débats pour en créer d’autres et demande des approfondissements. Son impact sur la méthodologie de travail des collaborateurs est donc conséquent, mais positif !

IDÉES

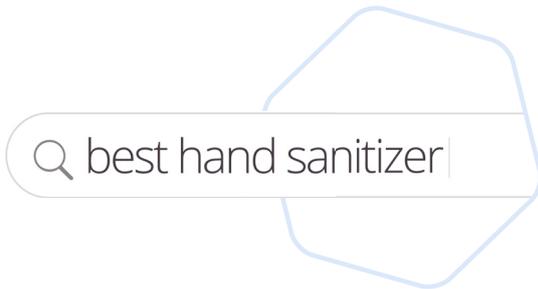
EN DONNÉES ON NE DIT PAS... MAIS ON DIT ! 🤔

En data on ne dit pas :

Le carrousel semble sortir des années 90.

mais...

Le taux de clic y est en deçà de la moyenne des éléments sur la page.



En data on ne dit pas :

La barre de recherche propose des résultats folkloriques.

mais...

Le taux de transfo de ses utilisateurs est de 0%.

En data on ne dit pas :

Il me faut des lunettes pour utiliser la barre de recherche.

mais...

Le temps de survol avant clic est de 5 minutes et 10 secondes.



En data on ne dit pas :

Le menu ressemble aux dessins de mon fils de 4 ans.

mais...

Le temps d'hésitation sur les sous catégories est de plus de trois minutes.

En data on ne dit pas :

Les couleurs brûlent les yeux.

mais...

Le taux d'engagement sur les éléments de couleur fuschia est assez bas.



En data on ne dit pas :

Le formulaire est beaucoup trop barbant.

mais...

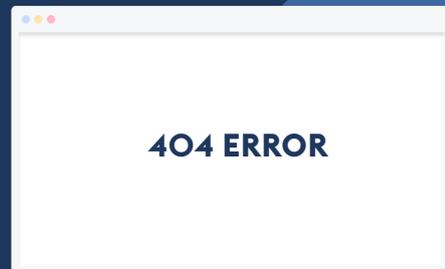
Le taux de passage entre l'étape 1 et l'étape 2 est inférieur à 5%.

En data on ne dit pas :

Il y a des trous dans la raquette.

mais...

Le module de troubleshooting indique 200 erreurs 404 sur le site.



En data on ne dit pas :

Les boutons des filtres des pages listes sont hideux.

mais...

On remarque un taux d'hésitation sur les filtres supérieur à 50 secondes.



TEST

QUEL DATA WIZARD ÊTES VOUS ?

1 L'ouverture d'un tableau de bord signifie pour vous :

- Commencer le pilotage de vos KPIs
- Que vous êtes dans une voiture
- ▲ C'est quoi un KPI et un tableau de bord ?

2 Le tableau croisé dynamique est :

- Votre ennemi de tous les jours
- Utile au quotidien, bien sûr !
- ▲ Mea culpa, je ne sais plus comment ça fonctionne !

3 L'évocation d'un taux de clic sur un bloc de texte, vous fait penser à :

- "Le taux est élevé pour une zone non cliquable ! Le texte est-il bien compris ?"
- "Tout ce qui apparaît en pourcentage est abstrait pour moi !"
- ▲ "Allons regarder le clic récurrence, pour voir s'il y a une frustration !"

4 Vous êtes en voiture avec une/un ami(e) et il faut calculer la somme des télépéages :

- Vous sortez votre calculette.
- Vous attendez qu'il/elle s'en occupe, bien sûr !
- ▲ Vous faites la somme, le calcul mental c'est pas si compliqué !

5 Changer un élément de votre site internet correspond pour vous :

- A analyser les résultats puis à réitérer dans une approche test & learn !
- Au graal après de très longs process !
- ▲ Ca n'arrive jamais, mon site est parfait !





Faites la somme de vos points par réponse !

1	■ 3 points	● 2 points	▲ 1 point
2	■ 1 point	● 3 points	▲ 1 point
3	■ 3 points	● 1 point	▲ 3 points
4	■ 2 points	● 1 point	▲ 3 points
5	■ 3 points	● 2 points	▲ 1 point

Vous avez entre 5 et 10 points :

Pas facile tous les jours d'utiliser de la donnée ! Ce n'est pas que vous n'aimez pas ça, enfin quand même, un peu, si... disons-le, ce n'est pas pour vous ! Alors une donnée dans un beau tableau ou directement sur le visuel d'une page, d'accord... mais c'est tout. **Pas de souci, chez Contentsquare la data est démocratisée et intégrée à de beaux graphiques.**

Vous avez entre 10 et 15 points :

C'est clair, la donnée vous l'utilisez en long, en large et en travers ! Esprit scientifique évidemment, vous aimez jouer avec la donnée au quotidien. **C'est entendu, vous êtes un vrai data wizard !**

LE POINT TABLE DE MULTIPLICATION

B.A.-BA

Besoin d'une piquête de rappel ?
Voici le B.a.-ba de vos tables !

1×

$$\begin{aligned} 1 \times 1 &= 1 \\ 1 \times 2 &= 2 \\ 1 \times 3 &= 3 \\ 1 \times 4 &= 4 \\ 1 \times 5 &= 5 \\ 1 \times 6 &= 6 \\ 1 \times 7 &= 7 \\ 1 \times 8 &= 8 \\ 1 \times 9 &= 9 \\ 1 \times 10 &= 10 \end{aligned}$$

2×

$$\begin{aligned} 2 \times 1 &= 2 \\ 2 \times 2 &= 4 \\ 2 \times 3 &= 6 \\ 2 \times 4 &= 8 \\ 2 \times 5 &= 10 \\ 2 \times 6 &= 12 \\ 2 \times 7 &= 14 \\ 2 \times 8 &= 16 \\ 2 \times 9 &= 18 \\ 2 \times 10 &= 20 \end{aligned}$$

3×

$$\begin{aligned} 3 \times 1 &= 3 \\ 3 \times 2 &= 6 \\ 3 \times 3 &= 9 \\ 3 \times 4 &= 12 \\ 3 \times 5 &= 15 \\ 3 \times 6 &= 18 \\ 3 \times 7 &= 21 \\ 3 \times 8 &= 24 \\ 3 \times 9 &= 27 \\ 3 \times 10 &= 30 \end{aligned}$$

4×

$$\begin{aligned} 4 \times 1 &= 4 \\ 4 \times 2 &= 8 \\ 4 \times 3 &= 12 \\ 4 \times 4 &= 16 \\ 4 \times 5 &= 20 \\ 4 \times 6 &= 24 \\ 4 \times 7 &= 28 \\ 4 \times 8 &= 32 \\ 4 \times 9 &= 36 \\ 4 \times 10 &= 40 \end{aligned}$$

5×

$$\begin{aligned} 5 \times 1 &= 5 \\ 5 \times 2 &= 10 \\ 5 \times 3 &= 15 \\ 5 \times 4 &= 20 \\ 5 \times 5 &= 25 \\ 5 \times 6 &= 30 \\ 5 \times 7 &= 35 \\ 5 \times 8 &= 40 \\ 5 \times 9 &= 45 \\ 5 \times 10 &= 50 \end{aligned}$$

6×

$$\begin{aligned} 6 \times 1 &= 6 \\ 6 \times 2 &= 12 \\ 6 \times 3 &= 18 \\ 6 \times 4 &= 24 \\ 6 \times 5 &= 30 \\ 6 \times 6 &= 36 \\ 6 \times 7 &= 42 \\ 6 \times 8 &= 48 \\ 6 \times 9 &= 54 \\ 6 \times 10 &= 60 \end{aligned}$$

7×

$$\begin{aligned} 7 \times 1 &= 7 \\ 7 \times 2 &= 14 \\ 7 \times 3 &= 21 \\ 7 \times 4 &= 28 \\ 7 \times 5 &= 35 \\ 7 \times 6 &= 42 \\ 7 \times 7 &= 49 \\ 7 \times 8 &= 56 \\ 7 \times 9 &= 63 \\ 7 \times 10 &= 70 \end{aligned}$$

8×

$$\begin{aligned} 8 \times 1 &= 8 \\ 8 \times 2 &= 16 \\ 8 \times 3 &= 24 \\ 8 \times 4 &= 32 \\ 8 \times 5 &= 40 \\ 8 \times 6 &= 48 \\ 8 \times 7 &= 56 \\ 8 \times 8 &= 64 \\ 8 \times 9 &= 72 \\ 8 \times 10 &= 80 \end{aligned}$$

9×

$$\begin{aligned} 9 \times 1 &= 9 \\ 9 \times 2 &= 18 \\ 9 \times 3 &= 27 \\ 9 \times 4 &= 36 \\ 9 \times 5 &= 45 \\ 9 \times 6 &= 54 \\ 9 \times 7 &= 63 \\ 9 \times 8 &= 72 \\ 9 \times 9 &= 81 \\ 9 \times 10 &= 90 \end{aligned}$$

CONCLUSION

ÉLÉMENTAIRE MON CHER WATSON !

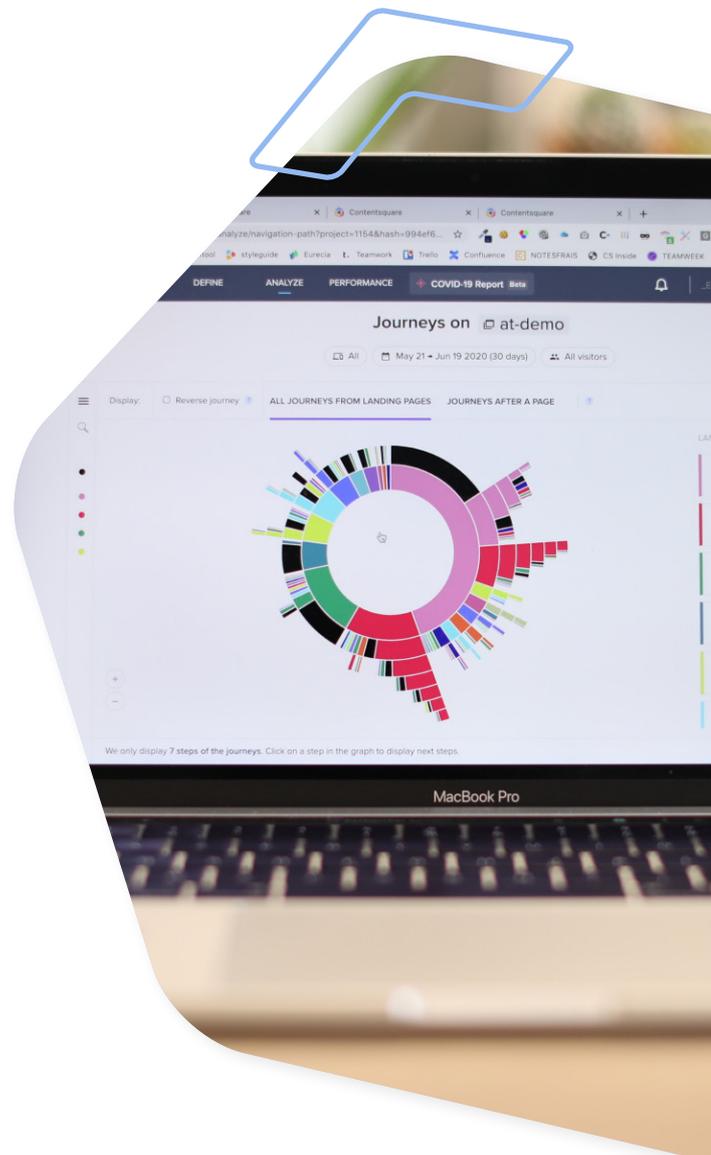
Les retours d'expériences de **Micromania**, **CenterParcs**, **Cegid** et **Generali** sur la manière d'utiliser la donnée comportementale, mettent en lumière le rôle que joue la donnée dans les conversations et les prises de décision. Les indices que sont les données émises par les utilisateurs des sites internet (clics, survols, parcours de navigation) permettent de faire converger des opinions et de simplifier les communications. Une équipe d'enquêteurs amateurs est née ! Ce n'est d'ailleurs pas pour rien que nos clients parlent de "jouer" à Contentsquare !

Nous tenons à remercier Sandra Canelle, Jean Vuillaume, Johanna Brasseur, Franck Dager, Laurent Lermercier et Florent Champigny pour leur participation à ce rapport.

Merci de votre lecture ! Nous sommes disponibles pour toute demande d'information complémentaire à cette adresse : esther.spindler@contentsquare.com

A très vite

L'équipe Contentsquare





CONTENTSQUARE