

Étude de cas





Présentation de la société

Pizza Hut est une marque internationale qui a été depuis longtemps un pionnier dans l'industrie. Elle a été la première chaîne à proposer des livraisons de pizza par internet (1994), la 1ère marque de pizza à communiquer sur Facebook (2007) et la 1ère à livrer dans l'espace (2001)!¹

The screenshot shows the Pizza Hut website interface. At the top, there are links for 'Sign In', 'Create Account', and 'Find a Hut', followed by the Pizza Hut logo and a shopping cart icon showing '£0.00'. Below this is a navigation menu with 'Pizza', 'Sides', 'Drinks', 'Desserts', and 'Deals'. A central banner promotes 'TWO'S DAY TUESDAY' with two pizzas, offering 'Buy one, get one free on pizzas (All day)' and 'Two medium pizzas for £10 (12-6pm collection only)'. Below this, there are two smaller banners: one for 'Dine In' with 'View the Menu' and 'Find a Restaurant' buttons, and another for a '£20 BIG GAME BUNDLE' (2 Large Pizzas, Garlic Bread, and a 1.5L Bottle of Drink) with an 'Order Now' button. At the bottom, there is a sign-up form for emails to get great deals and vouchers, with fields for 'First Name' and 'Email Address', and a 'Subscribe' button.

¹ <http://blog.pizzahut.com/our-story/>



The business goal of Pizza Hut was to better manage the overall online experience particularly during peak ordering hours, and discover and quantify customer experience issues proactively.



This is great, now we can replicate the user journey in detail with drill through to technical information, and we can set about fixing it for others.



Development Partner

Défis

Pizza Hut a plus de 380 implantations en Grande-Bretagne et des plans de croissance ambitieux. www.pizzahut.co.uk a eu une croissance forte année après année, avec un pic de commandes (les soirs de vendredi, samedi et dimanche) soit 4 fois le volume de commandes d'une journée en semaine.

Le service livraison de Pizza Hut avait 2 défis majeurs. Il fallait tout d'abord pouvoir faire correspondre les appels entrants des clients à leurs parcours spécifiques sur le site en ligne pour permettre de résoudre les problèmes plus rapidement. Le second défi concernait la validation et le suivi des commandes de la confirmation et paiement à la cuisson. Ce processus avec contrainte de temps implique plusieurs systèmes haute capacité et liés venant de plusieurs fournisseurs tiers : leur commerçant en ligne et les franchises indépendantes.

L'équipe utilisait un outil de web analyse et des outils d'analyse de performances (APM), mais ces outils ne fournissaient pas les fonctions avancées nécessaires pour identifier et résoudre les problèmes connus ou suspectés. Les données fournis par ces outils laissaient l'équipe digitale sur leur faim. Les données fournissaient des indices sur des problèmes importants, mais généraient plus de questions que de réponses, ce qui rendait difficile la compréhension réelle des raisons des abandons sur le site à des étapes inhabituelles.

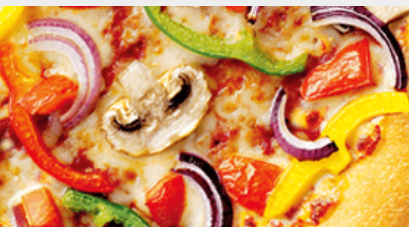
L'objectif business de Pizza Hut était de mieux gérer l'expérience en ligne globale en particulier pendant les pics de commandes, et de découvrir et quantifier les soucis de l'expérience client de manière proactive et non réactive.

Solution

Durant la phase d'essai, UserReplay a identifié rapidement et a aidé à quantifier des problèmes divers sur le site [.co.uk](http://www.pizzahut.co.uk). Même pendant cette phase d'essai, UserReplay a permis à Pizza Hut de mieux se coordonner avec ses tierce parties pour résoudre ces problèmes. Un des partenaires de Pizza Hut commente : "C'est extraordinaire, nous pouvons maintenant répliquer le parcours client en détail et récupérer les informations techniques et résoudre les problèmes."

L'un des bénéfices clés réalisé par Pizza Hut est la capacité temps-réel du replay. Pour Pizza Hut, le processus entre la réception et traitement de la commande, et la cuisson, se compte en secondes. UserReplay a alerté l'équipe sur des problèmes critiques du processus en temps réel, ce qui a permis une réaction en quelques secondes pour la résolution et a minimisé l'impact global.

Une réclamation client reçue à propos d'une commande avec un bon de réduction non pris en compte. Ceci a été soulevé comme un problème prioritaire à résoudre. L'équipe informatique a pu instantanément identifier le parcours du client en question et a pu prouver que le client avait supprimé un article du panier, provoquant l'invalidation du bon de réduction. En accédant à ces données, l'équipe IT a vérifié que le site n'était pas en faute et Pizza Hut a pu fournir toutes ces explications au client, évitant un effort supplémentaire et un remboursement.



The data we can now access has enabled us to dramatically improve our customer experience.



Steve Ash
IT Director, Pizza Hut



9, rue Benoît Malon
92156 Suresnes
France

Telephone
+33 (0) 1 46 14 87 28

Email
Contact@star-achats.com

Résultats

Suite à la période d'essai, l'équipe informatique a pu récupérer un budget pour l'intégration de UserReplay sur site. Les résultats ont dépassé toutes les anticipations de l'équipe en terme de chiffre d'affaires et de gains de productivité :

Plus de 6 Millions € d'impact annuel du à des causes techniques a pu être identifié

Pizza Hut a demandé à UserReplay d'investiguer la comparaison entre les taux de conversion mobile et desktop afin d'évaluer la migration du site desktop vers le même design et plateforme que ceux du site mobile. Les indications fournies par UserReplay ont montré que cela n'était pas nécessaire et Pizza Hut décida de retarder cette migration pour attendre un autre redesign en utilisant un site responsive.

Steve Ash, Directeur Informatique de Pizza Hut :

“Nous avons des défis métiers spécifiques que nous souhaitons soumettre à UserReplay. Les résultats nous ont ouvert les yeux ! Les données que nous pouvons maintenant obtenir, nous ont permis d'améliorer fortement notre expérience client, de réduire les ressources et le temps nécessaires pour identifier les problèmes, et nous fournissent un éclairage qui nous aide à bâtir notre stratégie à long terme.”

L'utilisation continue de UserReplay a accompagné la croissance des points de livraison de Pizza Hut avec un succès identique :

“Une clé essentielle de notre boîte à outils en ligne. Nous en dépendons de manière quotidienne”

UserReplay

La technologie de replay de UserReplay permet d'enregistrer, de rejouer et d'analyser chaque parcours client sur le site web. Le gain est énorme pour des e-marchands car cela leur permet d'améliorer les taux de conversion, de monétiser les irritants du site, de trouver et de résoudre les bugs du site, de résoudre les plaintes des clients, de rattraper les paniers abandonnés et d'anticiper les transactions frauduleuses.

Destinés à des sites e-commerce importants ou de taille moyenne, la solution UserReplay (www.userreplay.com) permet d'améliorer l'expérience d'achat en ligne du client et de réduire dramatiquement le temps nécessaire à la résolution des problèmes ou des plaintes des consommateurs lors de leur achat en ligne.

STAR-ACHATS

Star-Achats est le distributeur exclusif de UserReplay en France, Belgique et Suisse.

