

# 3 **Tactiques pour améliorer la Navigation et la Recherche dans les portails clients**

# Introduction

Imaginez-vous essayer de naviguer sur le portail clients d'une entreprise pour trouver des informations sur le service que vous avez récemment acheté. Vous faites défiler les pages les unes après les autres, vous essayez d'utiliser la barre de recherche et vous ne trouvez toujours pas ce que vous recherchez : c'est frustrant et c'est fatigant. C'est malheureusement la réalité pour de nombreux clients.

**50%** au moins affirment que la raison principale pour laquelle ils ne peuvent pas résoudre eux-mêmes un problème est qu'ils **ne parviennent pas à trouver la réponse dont ils ont besoin en ligne.**<sup>1</sup>

**63%** déclarent que le champ de recherche **de la plupart des portails les énerve**, car il ne leur permet jamais de trouver ce qu'ils recherchent réellement.<sup>2</sup>

**Ce qui est censé être un outil pratique pour les clients ne sert finalement à rien, car ils ne trouvent pas ce dont ils ont besoin.**

Votre portail clients doit être configuré pour aider les utilisateurs à trouver des informations pertinentes, officielles et à jour afin de devenir un outil que les clients souhaitent utiliser.

En permettant aux clients de trouver plus facilement les ressources dont ils ont besoin, vous les aidez à gagner du temps, ils n'ont plus autant d'efforts à faire et cela améliore leur satisfaction globale. De plus, les équipes chargées du service client n'auront plus besoin d'aider les utilisateurs à résoudre leurs problèmes, ce qui leur donnera plus de temps et de ressources pour se consacrer à des initiatives plus stratégiques.

## 3 tactiques pour améliorer la Navigation et la Recherche dans les portails clients

Afin de permettre aux clients de rechercher du contenu plus facilement, votre portail clients doit :

### 1. Être conçu pour être convivial

Pour commencer, l'expérience globale de navigation dans le portail clients doit être simple. Les clients doivent pouvoir localiser facilement les outils et les ressources dont ils ont besoin. Pour créer une expérience conviviale, il vous faut :

<sup>1</sup> Statistiques 2020 sur le service client

<sup>2</sup> La valeur du self-service client à l'ère du numérique

## Une conception intuitive

La conception et la mise en page globales du portail clients doivent être modernes et conviviales afin de rendre la navigation des utilisateurs aussi fluide que possible.

Il s'agit pour commencer de créer un point d'entrée unique permettant aux utilisateurs d'accéder facilement à votre portail. Vous pouvez ensuite utiliser des outils d'authentification unique comme Okta pour vous assurer que les utilisateurs sont correctement authentifiés et qu'ils peuvent bénéficier d'un accès immédiat aux ressources appropriées.

Une fois les utilisateurs sur votre site, les mécanismes de navigation doivent les aider à accéder rapidement au contenu dont ils ont besoin. Pour cela, deux solutions : *une simple hiérarchie de navigation plate ou une navigation verticale à plusieurs niveaux* permettant à vos utilisateurs d'accéder aux informations recherchées plus rapidement.

Mais pas besoin de jouer aux devinettes pour trouver la conception appropriée. Effectuez des tests A/B sur vos itérations pour mettre vos différents éléments de navigation à l'épreuve, comme le nombre de niveaux dans la hiérarchie, les polices de caractère et la couleur des liens, et déterminer la conception la plus efficace. Cela vous permettra également de tester d'autres éléments de votre site, comme les boutons, les images et différents titres, afin d'optimiser la conception de votre site pour les utilisateurs.

Il existe un autre mécanisme que vous pouvez déployer sur votre site : *la navigation dynamique*, qui évolue en fonction de votre public. Cette approche peut s'avérer judicieuse si vous proposez des catégories de produits ou des services uniques à différents clients. Par exemple, vous pouvez personnaliser la navigation pour que seules les catégories de produits applicables au client connecté à votre portail s'affichent. Cela simplifie la navigation, et vos clients pourront plus facilement trouver l'information recherchée.

Et comme les utilisateurs peuvent accéder à votre portail sur n'importe quel appareil, il est important que sa conception soit réactive et facile à utiliser sur tablettes, téléphones mobiles et autres appareils connectés. Un portail peut simplifier la création et la gestion de contenu en fournissant un environnement de publication permettant à vos équipes de créer du contenu au même endroit et de générer automatiquement des pages avec une mise en forme compatible avec n'importe quel appareil.

## Des ressources et des contenus pertinents

Il est essentiel d'organiser le contenu dont vos clients ont besoin pour utiliser vos produits et services de manière à ce qu'ils puissent y accéder facilement. Vous pouvez automatiser cette organisation et la personnaliser pour chaque client. Par exemple, en suivant le comportement des utilisateurs, vous pouvez personnaliser ce qu'ils voient

sur leurs pages en fonction du contenu qu'ils consultent le plus souvent. Et comme un portail peut stocker les préférences et les informations d'achat des clients, il peut générer automatiquement un tableau de bord montrant à vos clients tout le contenu pertinent lié à leurs achats au même endroit. Ils peuvent ainsi trouver beaucoup plus facilement les ressources pertinentes :

- FAQ
- Vidéos de démonstration
- Documentation et manuels
- Formations/e-learning
- Annonces

## Assistance en cas de besoin

Si les clients ne trouvent toujours pas ce qu'ils recherchent, il doit y avoir d'autres moyens en place pour les aider. Le portail clients doit absolument intégrer les éléments suivants :

- **Chatbots** pour une assistance plus immédiate, pouvant diriger les clients vers les informations pertinentes ou faire remonter le problème à un représentant du service client en cas de non-résolution.
- **Forums communautaires** où les clients peuvent consulter d'anciens sujets et les réponses à des questions déjà posées, ou poser leurs propres questions à un groupe de clients.

Ces différentes fonctionnalités minimiseront les difficultés des utilisateurs et répondront aux attentes des clients.

### Tout ce dont les clients ont besoin au même endroit

Leader technologique mondial, Broadcom Inc. voulait mettre en place une meilleure solution pour rassembler les ressources des produits et des comptes afin de permettre aux clients d'accéder plus facilement aux informations dont ils avaient besoin.

Avec son nouveau portail clients, Broadcom propose désormais des tableaux de bord et des pages produits présentant des formations, de la documentation, des licences et des téléchargements logiciels spécifiques.

Les clients peuvent également rechercher facilement les réponses existantes dans la base de connaissances, discuter avec d'autres clients sur la page communautaire et les blogs, et contacter le support client par le biais d'agents virtuels et en direct pour trouver les informations dont ils ont besoin.

En permettant aux clients de trouver plus facilement les informations recherchées, Broadcom a constaté une réduction des tickets d'assistance client. Pour en savoir plus sur la réussite de Broadcom, cliquez [ici](#).

## 2. Fournir des outils de recherche intuitifs

Bien entendu, le meilleur moyen de s'assurer que les clients trouvent les réponses souhaitées est de leur garantir l'accès à de puissantes fonctionnalités de recherche.

Facilitez la recherche avec des outils qui peuvent :

### Regrouper le contenu et les informations provenant de diverses sources

Avec autant de systèmes, d'applications et de dépôts différents, il peut être difficile pour les clients de trouver ce dont ils ont besoin, surtout lorsque ces systèmes sont déconnectés les uns des autres.

Cependant, des outils tels que *la recherche fédérée* peuvent permettre aux utilisateurs d'effectuer des recherches dans plusieurs sources de données à la fois, et d'afficher les résultats dans une interface simple.

En outre, avec des options telles que *la recherche filtrée*, les utilisateurs peuvent affiner la liste des résultats et se concentrer sur ce qui les intéresse le plus.

### Améliorer l'étiquetage, la catégorisation et le filtrage du contenu

Avec des outils tels que l'étiquetage et l'indexation automatiques, les utilisateurs n'ont pas besoin d'organiser manuellement le contenu et les résultats de recherche : ils peuvent utiliser l'IA pour les classer automatiquement en fonction de divers sujets et filtres. Non seulement ces outils amélioreront l'efficacité interne, mais ils permettront également de faire ressortir les informations pertinentes pour les clients.

Grâce aux étiquettes attribuées à votre contenu, les visiteurs peuvent facilement rechercher et identifier les informations répondant le mieux à leurs besoins. Par exemple, un magasin d'ustensiles de cuisine pourrait utiliser différentes étiquettes pour décrire ses articles : « verre », « argile » ou « peut être passé au lave-vaisselle » par exemple.

La catégorisation du contenu est également un outil puissant permettant de regrouper rapidement des ressources similaires, comme des témoignages clients ou des types spécifiques de produits et services, dans une section dédiée de votre portail où les utilisateurs trouveront facilement ce dont ils ont besoin.

Une fois votre contenu étiqueté et catégorisé, il vous sera facile de proposer des options de filtrage qui permettront à vos utilisateurs d'affiner encore davantage leurs résultats de recherche.

## Personnaliser les résultats de recherche

Tous les clients ne devraient pas obtenir les mêmes résultats de recherche.

Aidez les clients à afficher le contenu et les résultats pertinents et importants pour eux grâce à une *recherche boostée*. Cette fonctionnalité de recherche permet de pousser des contenus prédéfinis en haut des résultats de recherche dès qu'un utilisateur saisit un ensemble de mots clés spécifique.

Imaginons par exemple : vous êtes concessionnaire et vous vendez des produits automobiles aux détaillants. Si vous souhaitiez promouvoir une offre sur un kit spécial de filtre à huile et lubrifiant auprès de vos détaillants, vous pourriez utiliser une liste de boosts pour vous assurer que le contenu lié à votre offre s'affiche en haut de la liste des résultats chaque fois que les détaillants rechercheraient un mot clé lié aux filtres à huile et au lubrifiant.

Une autre tactique pour s'assurer que les clients voient des résultats de recherche pertinents, c'est la *recherche sémantique*. Cette méthode contextualise les recherches en fonction de l'utilisateur. Par exemple, si un concessionnaire de camions recherchait des pièces spécifiques via le portail d'un fabricant de pièces automobiles, la recherche sémantique garantirait que seules les pièces de camion ressortent, et non les pièces de moto par exemple.

Les outils modernes tels que *l'IA/ML appliqué* permettent également de cibler facilement les résultats de recherche et le contenu en fonction du comportement de recherche de clients dans un rôle ou un groupe (segment) similaire. Supposons qu'un utilisateur du service commercial accède à la barre de recherche du portail. La recherche renverrait automatiquement des résultats liés à la tarification, car c'est ce que d'autres utilisateurs du même service recherchaient.

### Trouver ce qui est le plus important

Une entreprise de santé comportementale souhaitait repenser ses offres existantes pour proposer à ses membres une expérience plus personnalisée, guidée et connectée.

Une partie essentielle de cette initiative, c'était de faciliter la recherche des outils et services appropriés. Le périmètre des services de santé comportementale peut être assez vaste et profond. Par conséquent, l'entreprise a utilisé des pages de recherche et des widgets hautement configurables pour offrir une expérience de recherche riche permettant à ses membres de filtrer facilement les résultats et trouver l'information souhaitée. Des ressources similaires ont été regroupées pour aider les utilisateurs à trouver du contenu pertinent à l'aide des fonctions de navigation et de recherche.

## 3. Fournir des recommandations personnalisées

Une autre façon de dépasser les attentes des clients, c'est de leur proposer des ressources et des informations pertinentes avant même qu'ils ne les recherchent.

Personnalisez les résultats de recherche avec :

### Une segmentation avancée

Aidez les acheteurs à éliminer le bruit en ciblant les ressources et les informations les plus pertinentes en fonction de leur rôle et de leurs besoins. Trouvez une solution de portail clients qui permettra à votre organisation de segmenter les utilisateurs en fonction de leur rôle, de leurs données démographiques, de leurs besoins et d'autres caractéristiques.

Proposez ensuite du contenu et des recommandations de produits spécifiques à chacun de ces segments. Ils pourront ainsi voir des informations pertinentes sans avoir à les rechercher activement.

### Des résultats de recherche pertinents

L'IA appliquée, mentionnée dans la section précédente, peut également utiliser l'analyse de l'historique des recherches pour personnaliser les résultats. Par exemple, l'IA peut identifier quel contenu a été utile aux utilisateurs ayant recherché un terme spécifique, puis présenter ce même contenu aux autres utilisateurs recherchant ce terme.

De plus, la recherche sémantique peut également contextualiser les résultats de recherche en fonction des segments et des historiques de recherche afin que les clients ne voient que ce qui les concerne.

### Des moteurs de recommandations

Un moteur de recommandations est une technologie qui utilise l'intelligence artificielle et l'apprentissage automatique pour fournir aux clients des recommandations basées sur leurs intérêts, leurs comportements passés, ce que des clients similaires ont vu ou acheté, et de nombreux autres critères.

Voici des exemples de recommandations que ces moteurs peuvent fournir :

- **Produits liés** à ce qu'un client consulte
- **Articles également achetés**, une catégorie qui montre au client les autres achats effectués par des personnes ayant acheté le même produit
- **Produits également consultés**, une catégorie qui montre au client les autres produits consultés par des personnes ayant vu le même contenu
- **Produits consultés par des acheteurs similaires** (en fonction du profil de l'utilisateur)

En plus des produits, ces moteurs peuvent également recommander différents types de contenu en utilisant des critères similaires. Par exemple, ils peuvent recommander des articles, services, événements et autres ressources pertinents.

Une solution de portail clients intégrant un moteur de recommandations vous garantit que le contenu le plus pertinent est automatiquement présenté aux clients qui pourraient en bénéficier le plus.

#### **Voir les informations les plus pertinentes**

Une organisation rassemblant des grandes entreprises et des fournisseurs de talents dans sa plateforme indépendante de gestion du personnel souhaitait améliorer l'expérience utilisateur de sa plateforme afin d'accroître l'engagement et la satisfaction des clients.

Pour ce faire, elle a, entre autres choses, fait en sorte de fournir aux utilisateurs du contenu pertinent en fonction de leur rôle. Par exemple, en définissant les membres de son site comme Acheteurs ou Fournisseurs de talents, elle peut fournir à ses membres du contenu spécifiquement adapté. Elle peut également leur donner accès à différents outils et pages afin que l'expérience du site sur le nouveau portail soit adaptée à leurs besoins uniques. Résultat : lorsque les utilisateurs effectuent une recherche sur le site, ils ne voient que des résultats pertinents.

## **Permettez aux clients de trouver plus facilement les réponses qu'ils recherchent avec un portail clients**

Votre portail clients peut être un outil puissant s'il permet à vos utilisateurs de le parcourir pour trouver les informations essentielles dont ils ont besoin.

Mais si vous ne pouvez pas facilement personnaliser votre solution actuelle pour répondre aux besoins uniques de votre entreprise, envisagez de vous tourner vers une plateforme plus puissante. Une plateforme intégrant des fonctionnalités prêtes à l'emploi pour accélérer votre time-to-market et vous offrant la flexibilité nécessaire pour personnaliser ces solutions pour votre public : Liferay.

Liferay propose une plateforme unique et unifiée qui vous permet de personnaliser les solutions dont vos clients ont besoin sans sacrifier votre budget, votre temps ou votre flexibilité. Grâce aux fonctionnalités natives d'analyse, de gestion de contenu, de commerce et de cloud, Liferay vous permet de créer et de connecter facilement plusieurs solutions comme des portails clients, des intranets, des sites web, et plus encore.

L'architecture d'extensions et l'héritage de Liferay en matière de portails en font une plateforme également bien adaptée aux cas d'utilisation B2B et B2E sophistiqués qui nécessitent des intégrations complexes et un développement personnalisé.

Avec Liferay, vous pouvez créer un portail clients intégrant toutes les fonctionnalités mentionnées précédemment pour faciliter la recherche, simplifier l'expérience client et rendre les opérations internes plus efficaces.

Découvrez comment vous pouvez commencer à utiliser Liferay pour créer un portail clients qui vous permettra d'en faire plus, [ici](#).

Contactez notre équipe à l'adresse [liferay.com/contact-sales](https://liferay.com/contact-sales) pour en savoir plus.



Liferay conçoit des logiciels qui aident les entreprises à créer des expériences numériques pour le Web, les mobiles et les appareils connectés. Notre plateforme est open source et donc plus fiable, innovante et sécurisée. Nous essayons d'avoir un impact positif sur le monde par le biais de nos activités et de nos technologies. Des milliers d'organisations évoluant dans de nombreux domaines, des services financiers aux prestations de soins de santé, en passant par les administrations, les assurances, la vente, la fabrication et bien plus encore, utilisent Liferay. Rendez-vous sur [www.liferay.com](http://www.liferay.com).

© 2023 Liferay, Inc. Tous droits réservés.