

Bell revampe le site Web de la Monnaie.

Le client

La Monnaie royale canadienne est une société d'État chargée de produire des pièces de circulation et des pièces hors - circulation pour le Canada et pour d'autres pays.

Le besoin

Mettre en œuvre un site Web robuste et de qualité, basé sur une plate-forme de commerce électronique.

La solution

Les Services professionnels en solutions Web de Bell.

Les résultats

- Des revenus directs en ligne à la hausse
- Des utilisateurs plus satisfaits
- Une expérience Web améliorée pour le client

« Dans le cadre du processus de vérification diligente avec Bell, nous avons constaté une solide méthodologie de mise en œuvre basée sur une approche stratégique. Bell n'y voyait pas seulement un projet technologique. Elle souhaitait connaître notre entreprise, ce que j'ai trouvé rafraîchissant. »

- Chris Carkner, directeur, Cybercommerce et ventes directes par canaux, Monnaie royale canadienne

La meilleure expérience en ligne de sa catégorie n'est pas la première chose qui vient à l'esprit des consommateurs lorsqu'ils pensent à la Monnaie royale canadienne, une société d'État de longue date qui jouit de riches antécédents en matière d'innovations de frappe remarquables. Les pièces d'un et de deux dollars en sont probablement les exemples les plus connus.



Capture d'écran de www.mint.ca

Mais il y a quelques années, l'organisation a dû faire face à une dure réalité. Un sondage de satisfaction des clients a révélé leur frustration à l'égard du site Web de la Monnaie. De plus, les résultats dans certains domaines comme la navigation, la performance et le contenu étaient bien en deçà des repères du secteur.

« Nous avons bâti un site basé sur ce que nous pensions être les désirs de nos clients, déclare Chris Carkner, directeur, Cybercommerce et ventes directes par canaux, Monnaie royale canadienne. Nous n'avons pas mené d'enquêtes de convivialité auprès de nos clients, ce qui, en rétrospective, était une erreur. »

En se basant sur les données relatives à la satisfaction des clients, qui révélaient des tendances négatives au chapitre des revenus, du taux de conversion et du nombre de visiteurs uniques, la Monnaie a décidé d'analyser plus profondément les problèmes en établissant un dossier commercial pour le remplacement complet de son site Web.



Après avoir choisi le groupe Solutions Web de Bell en tant qu'entité de coordination, la Monnaie royale canadienne a décidé de travailler avec une plate-forme de commerce électronique fournie par Art Technology Group (ATG). Ayant une grande expertise dans la livraison de services professionnels pour les plates-formes de commerce électronique comme celle d'ATG, l'équipe Services professionnels en solutions Web de Bell a été retenue pour élaborer la stratégie globale, la conception axée sur l'utilisateur et un développement personnalisé pour la reconstruction du site Web de la Monnaie royale canadienne.

« Nous étions à la recherche d'un fournisseur de solutions hybrides – d'une entreprise qui pourrait nous aider sur le plan technique et nous fournir des services de graphisme et de marketing en ligne. C'est là que l'offre de Bell s'est révélée unique et c'est ce qui l'a différenciée des autres, explique M. Carkner. Dans le cadre du processus de vérification diligente avec Bell, nous avons constaté une solide méthodologie de mise en œuvre basée sur une approche stratégique. Bell n'y voyait pas seulement un projet technologique. Elle souhaitait connaître notre entreprise, ce que j'ai trouvé rafraîchissant. »

Afin de s'assurer que la mise en œuvre et la stratégie soient cohérentes du début à la fin, l'équipe Bell a assorti les compétences internes aux solutions livrées. « Nous nous sommes assurés de toujours faire appel aux mêmes personnes pour le projet puisque la Monnaie royale canadienne s'était adressée à nous pour avoir des conseillers fiables pour ces procédures, souligne Samantha McDougall, directrice – services Web et services gérés, Bell. Il était impératif de comprendre comment la marque expérimentée en ligne. »

L'exécution du projet par l'équipe Bell a commencé par l'établissement de modèles fil de fer – modèles des pages clés du site Web visant à illustrer leur fonctionnalité. Certains des modèles ont ensuite été convertis en maquettes, afin d'illustrer l'apparence du nouveau site.

« Le test des maquettes auprès d'un échantillon d'utilisateurs fait partie intégrante de la méthodologie de Bell. Il permet d'avoir une idée de leur succès et de sonder le terrain auprès des utilisateurs du site », précise Mme McDougall.

L'équipe Bell a utilisé des technologies de pointe en poursuite oculaire, qui permettent à celui qui procède à l'essai de « voir à travers les yeux des utilisateurs », afin de découvrir les obstacles majeurs à la navigation du site Web proposé.


« Si l'utilisateur a de la difficulté à atteindre son objectif, il va sans dire que nous ratons aussi le nôtre. Notre objectif final est, bien sûr, de générer des revenus à partir du site Web », poursuit Mme McDougall.

Selon la Monnaie royale canadienne, les revenus directs provenant du site Web comptent actuellement pour 35 % des revenus, en hausse de 3 à 4 % depuis la mise en service du nouveau site. « Nous observons une hausse de 17 % des revenus de vente depuis le lancement du site Web et le nombre de nos visiteurs uniques a augmenté de 48 %. Une autre donnée impressionnante est l'indice de satisfaction des clients, qui est passé de 59 à 78 %, ce qui est plus élevé que tous les repères connus dans les secteurs du commerce électronique et des gouvernements », affirme M. Carkner.

En plus de développer une interface utilisateur plus riche en graphiques, de navigation simple et intuitive, Bell a inclus une fonction de personnalisation qui permet au site de reconnaître l'emplacement de l'utilisateur qui accède au site et de personnaliser l'information afin de l'assortir à ses besoins particuliers. Ainsi, un utilisateur se connectant à partir du Québec verrait des pièces associées au Québec ou des promotions régionales.

« Du point de vue du graphisme, le site est beaucoup plus attrayant qu'auparavant – il présente une image modernisée de la Monnaie d'aujourd'hui sans perdre aucun des attributs de la marque », fait remarquer Mme McDougall.

The Bell logo, consisting of the word "Bell" in a bold, blue, sans-serif font.



Même si le nouveau site était presque parfait, les maigres sept mois de planification et d'exécution n'ont pas été sans défis. Le calendrier était serré : le projet a démarré au printemps 2008 et le site devait être en œuvre avant les Fêtes, l'époque la plus achalandée de l'année pour la Monnaie.

« En règle générale, ce genre de projet exige une année complète, indique M. Carkner. Les ressources ont été durement sollicitées, mais grâce au professionnalisme de Bell, nous avons réussi à temps. »

Un deuxième défi a été l'intégration du nouveau site au système principal actuel de la Monnaie, situé dans des installations hébergées distinctes. L'équipe Bell et le service TI de la Monnaie ont passé beaucoup de temps à collaborer pour établir des liens permettant un transfert fluide des processus de commande vers le progiciel de gestion intégré de l'entreprise.

Pendant que la Monnaie s'occupe de la gestion au jour le jour du contenu, Bell assure l'hébergement continu du site Web, un soutien 24 heures sur 24, 7 jours sur 7, le marketing par moteur de recherche ainsi que l'optimisation de l'exécution des stratégies intégrées des campagnes, comme celles de la pièce Coquelicot des vétérans et des Jeux olympiques d'hiver de 2010.

« Nous avons été agréablement surpris par l'ampleur des connaissances et des compétences de Bell en matière de solutions Web et de commerce électronique », conclut M. Carkner.

Bell propose un éventail complet de solutions de marketing et de technologie orientées utilisateur qui combleront tous les besoins en ligne. Les entreprises doivent suivre l'évolution rapide des technologies et des attentes des utilisateurs, et développer leurs applications Web et les interactions en ligne en conséquence. L'équipe d'experts de Bell sait comment transposer les besoins d'une entreprise en spécifications techniques et en applications efficaces.

Pour de plus amples renseignements, visitez le site bell.ca/entreprise.

Pour en savoir plus, visitez bell.ca/entreprise ou demandez qu'un conseiller de Bell communique avec vous au bell.ca/contact-entreprise.

