



Libérer le potentiel des portails

Créez des expériences utilisateur mémorables



Le portail d'entreprise n'est pas nouveau. En fait, les portails existent sous une forme ou une autre depuis l'aube d'Internet. Ce qui a changé, c'est la façon dont ils sont utilisés. Aujourd'hui, le portail devient rapidement l'un des moyens les plus efficaces d'offrir des expériences client simplifiées et personnalisées qui distinguent votre marque de la concurrence.

Dans ce guide autour des portails modernes, nous examinons comment ils ont évolué, pourquoi ils connaissent un tel succès et comment ils peuvent être profitable à votre entreprise. Nous fournirons également des exemples concrets de plusieurs exemples de réussite de portails pour illustrer à quel point ils peuvent être efficaces.

Table des matières

04	Coup d'oeil sur le portail moderne
05	Qu'est-ce qu'un portail ?
06	L'évolution du portail
07	Pourquoi avez-vous besoin d'un portail ?
08	Les types de portail
09	Les portails clients
11	Les portails partenaires
13	Les portails de main-d'œuvre
15	Une note sur d'autres portails
16	Les portails : un dernier mot



Coup d'oeil sur le portail moderne



Qu'est-ce qu'un portail ?

Les portails doivent faire partie de toute conversation sérieuse qui concerne la transformation numérique d'une entreprise. Bien que certaines personnes les considèrent comme une relique du passé, ils ont démontré leur valeur à maintes reprises et constituent désormais une partie importante des stratégies de vente numérique de nombreuses entreprises. Mais pourquoi les entreprises redécouvrent-elles maintenant les portails et qu'est-ce qui motive ce regain d'intérêt ? Plus important encore, qu'est-ce qu'un portail moderne ?

La première chose à noter est que le portail est un terme général qui a une large portée. Les portails modernes peuvent avoir la même fonction de base que les itérations précédentes, mais il existe des différences substantielles. Un portail, contrairement à un site Web, collecte des informations et des services à partir de divers systèmes et sources. Les utilisateurs autorisés peuvent alors accéder à ces informations via une interface unique. En effet, les portails rassemblent tout ce dont vous avez besoin en un seul endroit.

Il est important de noter que les portails donnent accès à du contenu organisé, c'est-à-dire des informations ou des fonctionnalités que le propriétaire du portail a spécifiquement choisi de fournir ou d'offrir. Cela signifie que les portails sont ciblés, ils vous permettent de créer des espaces numériques conviviaux qui répondent aux besoins spécifiques de vos clients, partenaires, employés ou autres parties prenantes.



L'évolution du portail

Les portails sont presque aussi vieux qu'Internet lui-même. Cependant, leur popularité a vraiment explosé dans les années 1990, lorsque les gouvernements, les institutions culturelles et les entreprises ont commencé à créer des portails pour leurs citoyens, membres et clients. Ces premiers portails étaient généralement assez rudimentaires mais répondaient aux exigences de base de leurs concepteurs. Bien qu'appelés portails, ils étaient également connus sous le nom d'intranets, d'extranets ou de plateformes. Au cours des 15 années suivantes, les portails ont perdu de leur popularité chez les entreprises, mais ont continué à être largement utilisés par les organisations gouvernementales.

À l'aube des années 2020, un nouveau type de portail a émergé, d'abord dans le secteur B2B, mais aussi dans le B2C. Ce nouveau type de portail a été fondé sur notre meilleure compréhension des interactions numériques et sur la reconnaissance du fait que les portails doivent se concentrer sur l'expérience utilisateur.

Les portails plus anciens souffraient souvent de problèmes de design, de navigation et de compatibilité, principalement parce que l'expérience utilisateur n'a

jamais été la principale préoccupation. D'autre part, les portails modernes donnent la priorité à une expérience utilisateur transparente, sans friction et intuitive, qui tire des informations d'un large éventail de sources sur l'ensemble des opérations d'une entreprise.

Cette capacité à s'intégrer facilement à un large éventail de systèmes distingue également les portails modernes des anciennes versions.

Pourquoi avez-vous besoin d'un portail ?

Nous avons examiné ce que sont les portails et nous avons jeté un bref coup d'œil à leur histoire, mais nous n'avons pas encore expliqué pourquoi ils sont bénéfiques ou pourquoi vous voudriez les utiliser. Ci-dessous, nous vous donnons quatre excellentes raisons de créer et d'implémenter un portail.



1. La facilité d'utilisation

Il existe une énorme quantité de données sur Internet. À tel point que trouver ce que vous cherchez est souvent un défi. Les portails réduisent la quantité d'informations auxquelles les utilisateurs sont exposés, en plus de les limiter aux seules choses dont ils ont besoin. Ils facilitent la recherche et l'interaction des informations et simplifient les interactions avec les autres acteurs.

Ils permettent également une communication plus réfléchie. Par exemple, imaginez un portail de vente qui permet aux clients de consulter l'inventaire d'une entreprise. Grâce au portail, l'entreprise pouvait non seulement mettre en évidence les produits liés à ceux que le client recherche, mais également proposer des prix personnalisés ou afficher des produits qui ne sont pas disponibles pour un public plus large.



2. Établir des relations solides

Dans l'économie numérique moderne, l'accent est davantage mis sur le parcours client. Les entreprises doivent offrir des expériences client simples, rationalisées et satisfaisantes, sinon elles perdent rapidement en attractivité face aux entreprises qui le font. Il en va de même pour les partenaires. Les portails sont un moyen d'améliorer l'expérience client et de supprimer les obstacles dans le parcours client.

Pourquoi est-ce si important ? Pour le dire simplement, c'est parce que c'est ce que les clients apprécient. Nous vivons et travaillons désormais dans un monde à prédominance numérique et nous voyons quotidiennement à quoi ressemblent les bonnes et les mauvaises expériences numériques. Nous évitons rapidement les complications, ce qui signifie que nous avons tendance à limiter nos interactions avec les entreprises et les organisations qui n'offrent pas d'interactions numériques rapides, faciles et simples.



3. La personnalisation perfectionnée

Les clients ne préfèrent pas seulement un contenu personnalisé et des expériences sur mesure, ils les attendent. Les portails sont un moyen fantastique de générer les informations requises pour personnaliser le contenu et une manière encore plus efficace de le diffuser. Ils permettent une segmentation facile des utilisateurs car les clients doivent se connecter, en plus de pouvoir garantir que chaque aspect de l'expérience est adapté aux besoins de l'utilisateur. Un rapport récent de McKinsey* suggère que cette capacité à personnaliser l'expérience client est essentielle pour différencier votre entreprise de la concurrence.

Par exemple, un portail de vente B2B peut être utilisé pour fournir à un client professionnel une tarification personnalisée qui reflète son historique d'achat ou sa relation avec l'entreprise. Un portail peut également être utilisé pour cibler la publicité ou promouvoir des offres pertinentes, faisant de votre entreprise une proposition plus attrayante pour les affiliés et les partenaires publicitaires. En créant un espace dédié à la fois au service et à la diffusion de contenu, les portails mettent le pouvoir de la personnalisation entre vos mains.



4. L'automatisation est l'avenir

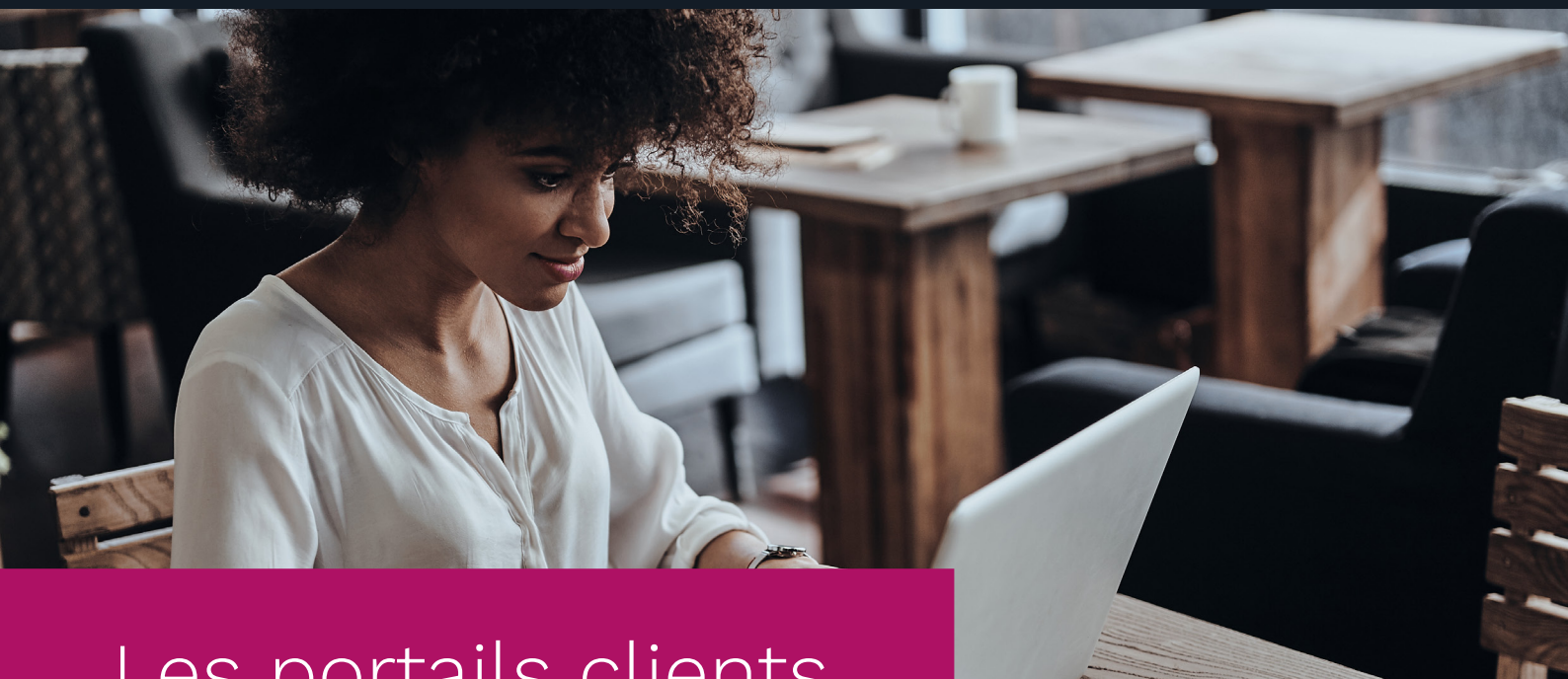
Enfin, il est nécessaire de mentionner la façon dont les technologies d'automatisation modifient radicalement le fonctionnement des entreprises. Les technologies numériques permettent aux entreprises d'automatiser les tâches manuelles à forte intensité de main-d'œuvre, en les remplaçant par des équivalents numériques plus rentables. Cependant, cela n'est bénéfique que si ces équivalents numériques maintiennent ou améliorent la qualité de l'expérience client. Si vous réduisez les coûts en offrant une expérience client inférieure, vous provoquerez une perte de clients et vous vous condamnez à l'échec.

* <https://www.mckinsey.com/~/media/mckinsey/business%20functions/operations/our%20insights/how%20to%20capture%20what%20the%20customer%20wants/customer-first-personalizing-the-customer-care-journey.pdf>



Les types de portail

Les portails existent de toutes formes et tailles, voici trois des plus courantes.



Les portails clients

Les portails clients sont un outil en libre-service qui permet aux clients d'une entreprise d'accéder eux-mêmes à une gamme de services, sans avoir à se mettre en relation avec un opérateur ou un représentant. Les clients peuvent se connecter au portail à tout moment, depuis n'importe quel endroit. Ce type de portail est extrêmement précieux pour les marques, tant dans les contextes B2B que B2C. Pourquoi ? Parce qu'il améliore considérablement l'expérience client et réduit les coûts opérationnels.

Vous vous demandez peut-être pourquoi cela est important ou en quoi ils diffèrent des incarnations précédentes du portail en ligne B2B.

Tout réside dans la façon dont ces portails sont utilisés. Ces dernières années, ils sont devenus un outil commercial puissant qui permet aux entreprises de renforcer la relation entre une marque et ses clients.

Historiquement, les portails étaient légers. Vous pouviez télécharger un duplicata de votre dernière facture ou modifier vos informations de paiement, mais c'était à peu près tout. La plupart du temps, vous deviez encore gérer les choses manuellement, dans le monde hors

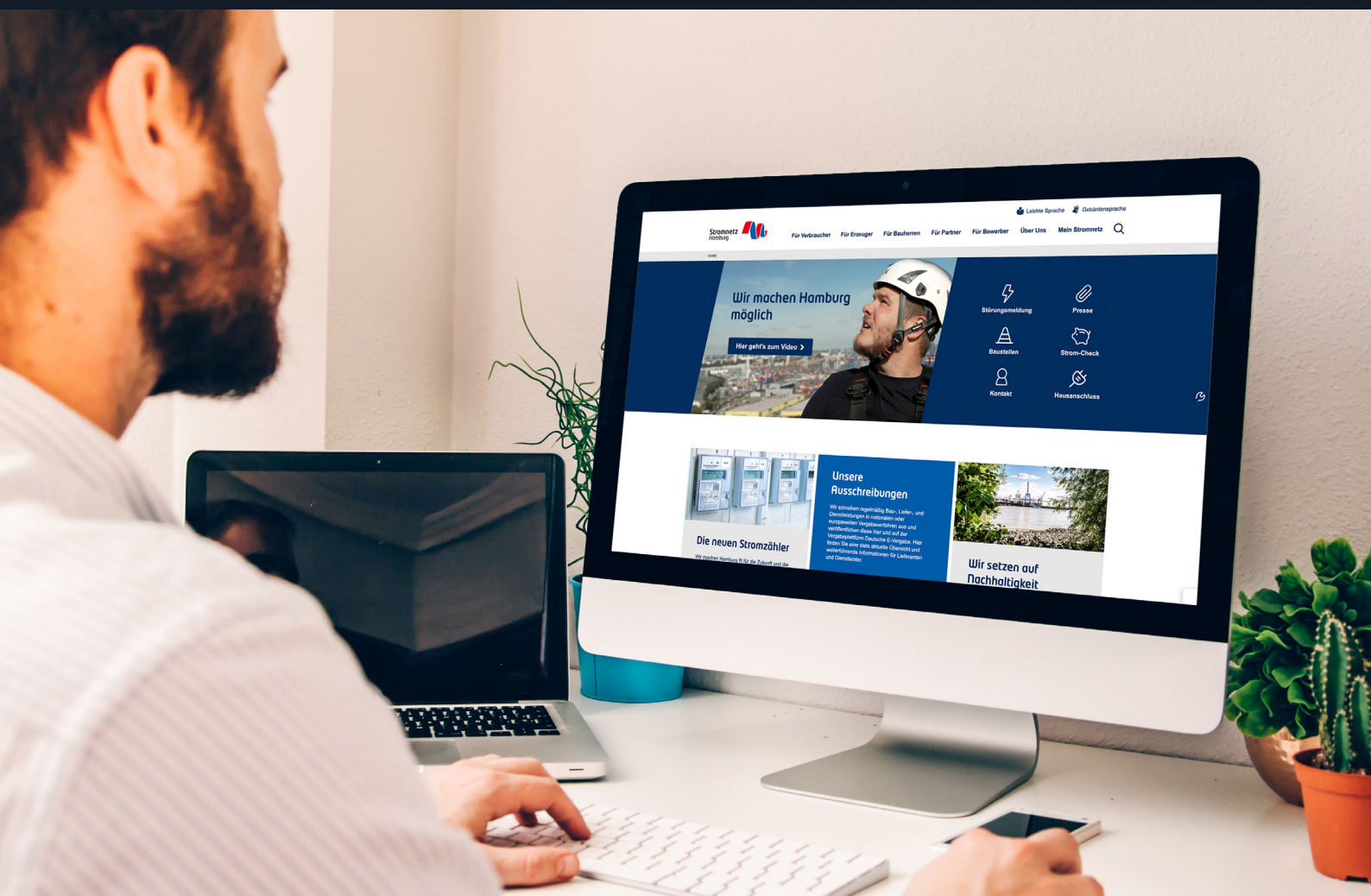
ligne. Aujourd'hui, les rôles se sont inversés. Si vous vous rendez dans un bureau physique, le personnel vous redirigera probablement vers un portail en ligne.

L'idée d'un portail client B2B n'est pas nouvelle, mais la façon dont ils sont utilisés et la perception générale de leur utilité évoluent à un rythme rapide.

Les portails clients en libre-service sont désormais une opportunité unique d'améliorer l'expérience client. Pour souligner à quel point cela est important, une étude d'analystes montre que 86% des professionnels de l'expérience client s'attendent à ce que leur entreprise soit compétitive sur la sujet de l'expérience client.

Une entreprise chimique a repensé et numérisé son parcours de commande avec de nombreuses idées de libre-service numérique, pour constater que les principaux clients étaient sceptiques quant à l'absence d'un chargé de relation à appeler en cas de problème. L'équipe est alors retournée sur la planche à dessin et a peaufiné le design de l'expérience client. Plus important encore, ils ont réintégré le rôle du chargé de relation, donnant aux clients le choix entre utiliser la plateforme en libre-service ou appeler ce dernier. Ils l'ont arrangé pour que le client et le chargé de relation utilisent le même portail pour comparer leurs notes. Ils ont également ajouté une fonctionnalité de co-navigation et de vidéoconférence sur le bureau afin que la communication sur tout problème soit rapide et personnelle.

McKinsey & Company: *Trouver le bon équilibre numérique dans l'expérience client B2B*



Rendre tous les services disponibles en un seul endroit

Stromnetz est un fournisseur de services publics prospère basé à Hambourg. S'étant associé à Ibexa pour revoir son approche de la communication client, les clients professionnels et les particuliers peuvent désormais se connecter au portail libre-service de l'entreprise, ce qui rend le contact plus rapide, plus pratique et plus facile.

L'entreprise étant détenue par le gouvernement de la ville, Stromnetz souhaitait offrir aux consommateurs un moyen simple et efficace d'accéder aux informations sur leur consommation d'énergie, tout en répondant à plusieurs autres objectifs. L'un des principaux objectifs du projet était d'intégrer le grand nombre de portails indépendants que Stromnetz exploitait et maintenait en une seule plateforme.

Cela fournirait aux consommateurs un point d'accès unique et unifié à partir duquel ils pourraient exécuter un ensemble de fonctions. Cela donnerait aussi à Stromnetz un point de contact qui pourrait être utilisé à la fois pour

faciliter les transactions et pousser le contenu vers les consommateurs.

En utilisant Ibexa DXP, Stromnetz a pu rassembler tous ses portails disparates sous le contrôle d'une seule plateforme. Les consommateurs pouvaient désormais voir la quantité d'électricité qu'ils avaient consommée, changer de fournisseur, consulter les informations contractuelles et prendre des rendez-vous pour l'entretien. Plus important encore, ils pouvaient le faire quel que soit le fournisseur d'énergie avec lequel ils étaient ou les fournisseurs qu'ils avaient utilisés dans le passé.

Les clients peuvent accéder à une large gamme de services qui tirent des informations d'un large éventail de systèmes commerciaux de Stromnetz. La beauté du portail est qu'il connecte chacun de ces systèmes et sources, et affiche les informations en un seul endroit. Et tout a été construit avec Ibexa Experience.



Les portails partenaires

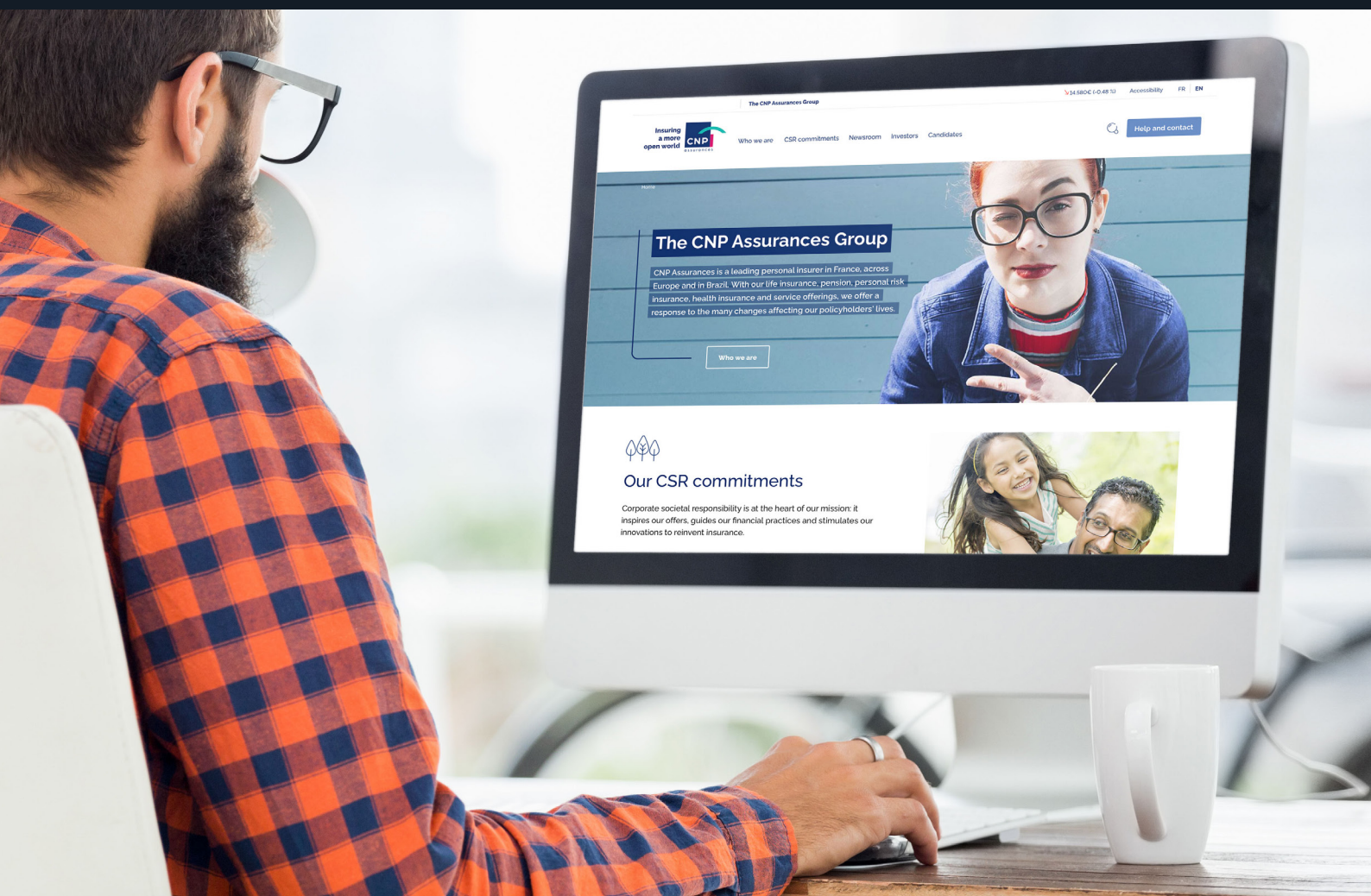
Les portails partenaires sont extrêmement courants dans le B2B, car il y a généralement plus d'acteurs à prendre en compte dans l'équation. Il n'y a pas que le vendeur et le client. Il existe des partenaires qui installent des produits, des courtiers qui vendent des services, des distributeurs qui introduisent des produits dans de nouveaux territoires et des agents qui représentent des marques sur ces nouveaux marchés.

Pour de nombreuses entreprises, les relations avec les partenaires sont aussi importantes que les relations qu'elles entretiennent avec les clients finaux. Bien que les portails partenaires aient été largement ignorés et oubliés pendant un certain temps, ils constituent désormais un atout stratégique précieux.

Les portails partenaires reflètent le fait que l'économie moderne est un réseau étroitement imbriqué et interdépendant. Le fait de s'assurer que les connexions qui relient votre entreprise à d'autres entreprises

sont rentables et efficaces vous sera bénéfique sur le long terme.

En rendant votre entreprise plus facile et moins chère à utiliser, vous en faites une proposition plus attrayante pour les partenaires potentiels, tout en réduisant vos propres coûts. Lorsque vous dépendez de votre réseau professionnel pour survivre et prospérer, il est logique de prendre soin de ces relations importantes et de les entretenir.



Une destination unique et bidirectionnelle pour une collaboration simplifiée

CNP Assurances, une compagnie d'assurance française, souhaitait mettre en place un portail pour ses partenaires. Ces derniers étaient chargés de vendre leurs polices d'assurance au grand public.

Le portail a été conçu pour être un endroit où ces courtiers d'assurance pourraient récupérer des informations sur les prix et le marketing, ainsi que de la documentation sur les spécificités des polices. Le portail leur permet également d'enregistrer leurs ventes et leur pipeline en cours. Dans ce cas, le portail agit comme une solution d'aide à la vente pour les partenaires qui constituent l'équipe commerciale externe de CNP.

Le portail CNP s'est avéré être inestimable pour aider les courtiers à devenir à la fois plus efficaces et plus productifs. Premièrement, il répond aux attentes des courtiers. Dans un monde de plus en plus numérique, les employés ne veulent plus utiliser le téléphone et parler à un représentant à chaque fois qu'ils ont besoin de quelque chose. Cela fait de la CNP un assureur très attractif à représenter.

Deuxièmement, le libre-service numérise de nombreuses opérations clés de CNP, réduisant ainsi le coût de fonctionnement de ce réseau de courtiers.



Portails de main-d'œuvre

Les portails de main-d'œuvre ont suivi une trajectoire similaire à celle des portails de vente et ceux dédiés aux partenaires. Dans le passé, ils étaient connus sous le nom d'intranets, mais ce terme n'est plus en vogue. Là où elles étaient autrefois relativement grossières et basiques, elles constituent désormais un autre aspect essentiel de la plateforme d'expérience numérique de votre entreprise.

Ce type de portail permet à vos employés de collaborer plus efficacement et leur offre une plus grande liberté. Plutôt que d'être liés au bureau, ils peuvent effectuer rapidement et facilement un large éventail de tâches via le portail de main-d'œuvre. Un

portail connecte les employés et peut également être utilisé pour automatiser de nombreuses tâches de RH chronophages et laborieuses. De la demande de vacances à la réception d'un chèque de paie, les portails de main-d'œuvre peuvent tout gérer.



B:SM Barcelona
de Serveis
Municipals

Le lieu de travail personnalisé améliore la productivité

BSM appartient à la mairie de Barcelone et a été créée pour unifier tous les services municipaux de la ville sous une seule entité. Elle souhaitait développer un lieu de travail numérique permettant aux employés municipaux de travailler à distance.

BSM a imaginé une solution qui permettait aux utilisateurs de chaque unité commerciale d'accéder à un espace numérique personnalisé et qui leur permettait de collaborer plus efficacement. Elle agirait également comme un moyen d'accéder aux documents, aux informations et aux applications commerciales pertinentes, tout en permettant aux employés de se connecter au lieu de travail à partir de n'importe quel appareil, à tout moment.

Le portail de travail BSM a été mis en œuvre avec succès et c'est maintenant un puissant outil en libre-service qui offre aux employés un moyen de travail plus flexible, plus productif et plus pratique.

Cela a également un effet positif sur l'expérience client. Après tout, avoir des employés plus productifs et plus flexibles signifie avoir un meilleur service pour le client. Tout comme les études de cas précédentes sur les portails clients et partenaires, ce portail sur le lieu de travail a également automatisé les opérations clés, réduisant ainsi les coûts opérationnels.

Une note sur d'autres portails

Bien sûr, il existe de nombreux autres types de portails disponibles pour les entreprises. Les portails de fournisseurs et les portails d'approvisionnement sont tous deux courants. Alors que la numérisation des opérations commerciales devient de plus en plus impérative, les portails sont une opportunité d'améliorer les services de votre entreprise, tout en automatisant les processus clés et en réalisant des économies importantes.

Bien que nous ayons nommé quelques-uns des principaux types de portails, ils peuvent être conçus pour toute partie prenante importante ou toute personne ou entreprise qui interagit régulièrement avec votre entreprise. Cela les rend remarquablement polyvalents, étant des outils fantastiques pour favoriser des relations plus solides avec les clients, les partenaires, les employés et tout autre contact et acteur clé.

Les portails changent votre façon de faire des affaires

Les portails offrent une valeur exceptionnelle de différentes manières à un large éventail d'entreprises. Avant tout, ils offrent aux entreprises un moyen efficace de gérer un grand nombre de produits, tout en permettant une segmentation de la clientèle et une tarification variable. Notre travail avec le spécialiste français des achats et de la logistique santé Resah le démontre parfaitement.

Grâce à la technologie Ibexa, Resah a mis en place un portail faisant office de référentiel unique pour l'ensemble de ses 63 000 offres produits. Ce portail est consulté par plus de 8 000 utilisateurs et permet à Resah de faire la distinction entre ses tarifs publics et les tarifs proposés sur son portail client réservé aux membres.

L'histoire du succès de Resah met également en évidence un autre avantage clé des portails, la capacité de rationaliser les flux de travail et de mettre en œuvre une gestion granulaire des droits. L'inclusion de capacités de gestion des droits de back-office et de front-end dans son portail a donné aux clients un moyen plus propre, plus intuitif et plus facile d'interagir avec Resah, tout en rationalisant les flux de travail au sein de l'entreprise elle-même.

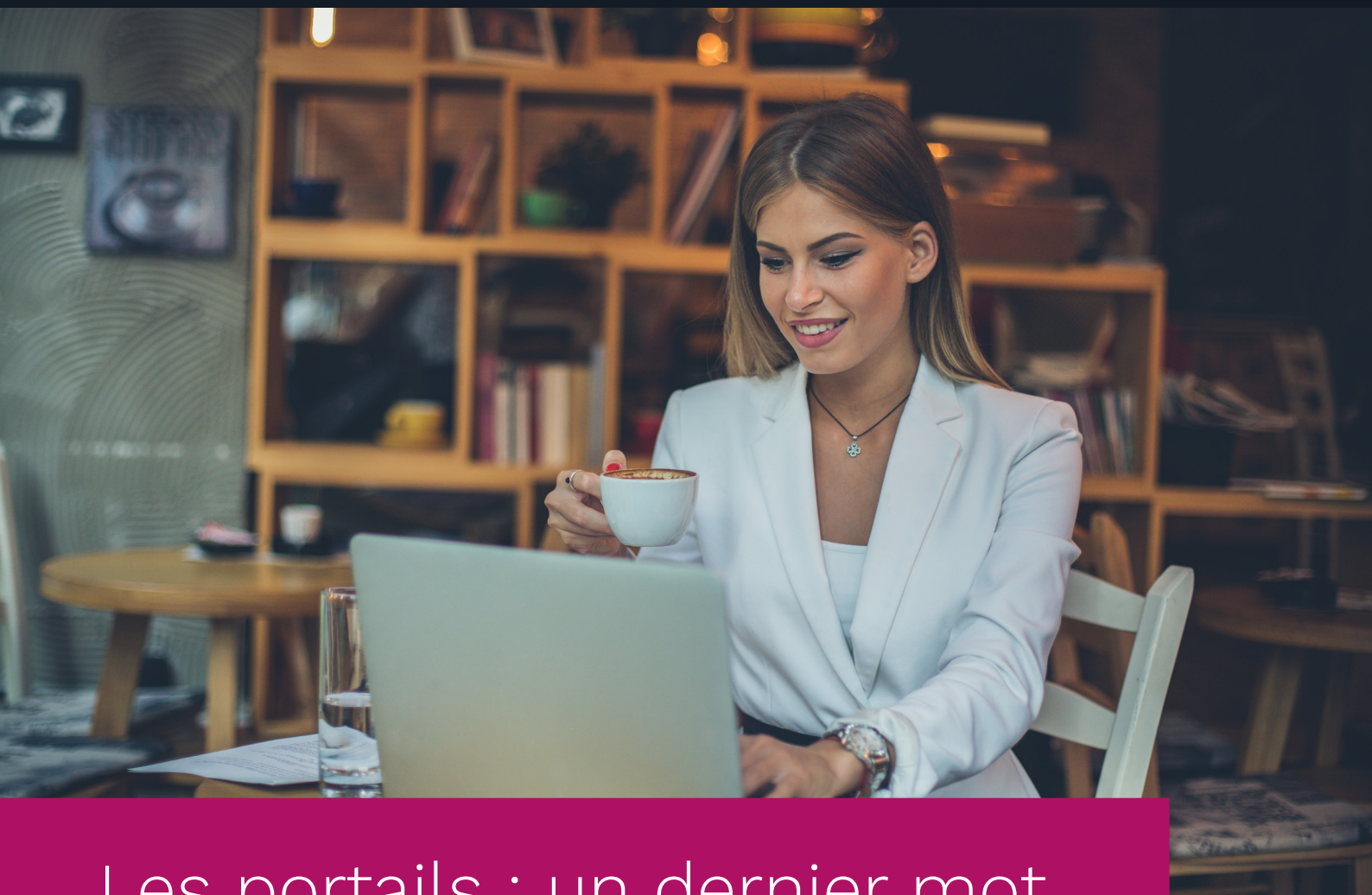
Les portails permettent également d'améliorer le service client et de rationaliser l'expérience client. L'un des principaux moyens d'y parvenir consiste à personnaliser le parcours client et à faciliter la diffusion de contenu personnalisé.

Ces capacités furent parfaitement démontrées par l'un des clients d'Ibexa, FFgolf.

La Fédération Française de Golf (FFgolf) représente un peu plus de la moitié des golfeurs amateurs du pays. Le nombre de membres s'élève à environ 420 000 et ce sont les cotisations de ces golfeurs, associées aux revenus publicitaires, qui constituent la grande majorité des revenus de la ffgolf.

Lorsque la ffgolf a adopté Ibexa DXP, elle a mis en place un système qui lui a permis de créer un portail unique qui associe les aspects transactionnels et ceux basés sur les services d'adhésion avec un système de diffusion de contenu efficace. L'organisation peut désormais informer ses membres des changements apportés aux services ou aux offres de ses entreprises affiliées, tout en leur permettant de soumettre des formulaires d'inscription à des tournois locaux et d'effectuer de nombreuses autres transactions.

L'implémentation fut un succès remarquable. Le nombre de membres ne cesse de croître et la capacité de créer, gérer et distribuer un contenu personnalisé de haute qualité attire un nombre important de nouveaux affiliés et partenaires publicitaires. En donnant à la ffgolf les moyens d'offrir une expérience client sur mesure, Ibexa DXP a permis à l'organisation de renforcer sa marque et de se positionner comme la première fédération de golf en France.



Les portails : un dernier mot

Il ne fait aucun doute que le portail est de retour et plus grand que jamais. Propulsés par une technologie de pointe sous la forme d'Ibexa DXP, les portails révolutionnent la capacité des entreprises à offrir à leurs clients et partenaires une expérience supérieure et à garantir que leurs employés peuvent faire plus avec moins. À une époque où l'expérience numérique est primordiale, les portails sont l'outil qui donne à votre entreprise le dessus et garantit que vous êtes en mesure d'offrir à maintes reprises des expériences client de classe mondiale.

A propos de Codéin

Codéin accompagne les entreprises et institutions dans la structuration, le développement technique et la maintenance de leur écosystème digital.

Basé à Montpellier et Strasbourg, Codéin est une agence web d'ingénierie Open Source spécialisée en conception et réalisation de web app, sites complexes sur mesures (éditoriaux, multilingues, multisites, e-commerce, usines à sites...), applications métiers. Mais pas que ! Codéin, c'est aussi une expertise en BI et en infogérance sur cloud privé ou public.

L'agence accompagne des clients grands comptes aux secteurs variés : industrie, banque, institution, fédérations sportives et professionnelles...

Pourquoi choisir Codéin ?

La compréhension métier et l'accompagnement de nos clients.

Fort de notre expérience depuis plus de 15 ans en gestion et direction de projets, notamment pour de grands comptes, nous savons qu'une solution technique ne peut être adaptée sans maîtrise de vos exigences et problématiques métiers. L'écoute de vos besoins, le partage de connaissances et l'apport de conseils constituent le vecteur principal de notre passion.

Vous souhaitez en savoir plus ?

www.codein.fr