



– APPLAUSE CASE STUDY –

« GRÂCE À APPLAUSE, NOUS AVONS ÉTÉ EN MESURE D'AUGMENTER NOTRE ROI POUR LES NOUVEAUX UTILISATEURS D'ENVIRON 60% À 100% EN SIX MOIS. »

BERND EIBL, DIRECTEUR BRAND MANAGEMENT SOCIAL, FUNSTAGE

COMPANY

Funstage est un éditeur de jeux multiplateformes, proposant des jeux de casino sociaux à des millions de joueurs dans le monde. L'entreprise est réputée pour ses machines à sous en ligne, proposant un gameplay amélioré à l'aide de fonctionnalités supplémentaires en jeu. Funstage offre plus de vingt applications de jeux et sites Internet dans plus de vingt langues, le tout supervisé par trois équipes projet.

CHALLENGE

Les joueurs sont insatiables quand il s'agit de nouveaux jeux. Par conséquent, le marché des jeux sociaux est fortement tourné vers l'innovation. Même les plus traditionnels des jeux de casinos sociaux comme les machines à sous digitales, sont constamment mises au goût du jour, et de nouveaux concepts sont dévoilés régulièrement. Au-delà de publier de nouveaux jeux, les éditeurs de jeux connaissent une pression à ajouter de nouvelles fonctionnalités au metalayer à chaque mise à jour logiciel.

Avec autant de joueurs sur le marché, les éditeurs de jeux ont besoin de fonctionnalités uniques leur permettant de se différencier de leurs concurrents. Cependant, proposer quelque chose de fondamentalement nouveau et excitant sur le marché est un énorme défi. La plupart des éditeurs de jeux concentrent leurs efforts de développement sur deux ou trois produits clés, ce qui complique la tâche pour les nouveaux venus souhaitant s'imposer dans ces catégories.

ENTREPRISE

Funstage

INDUSTRIE

Jeux & divertissement

APPLICATIONS

Mobile et web

TEST TYPES

UX

CHALLENGES

- Garder un rythme d'innovation, sans pour autant lancer des fonctionnalités qui n'intéressent pas le client
- S'assurer du succès d'un produit sur l'ensemble de ses marchés, à l'aide d'une localisation solide
- Minimiser les changements produits nécessaires après le lancement, au travers d'une meilleure compréhension des attentes des utilisateurs

RESULTS

13.8%

Un taux de rétention amélioré, de 11,6% à 13,2% en 30 jours

23.1%

Un taux de conversion amélioré, de 1,3% à 1,6% en 30 jours

66.6%

Une augmentation majeure du ROI, de 60% au cours de six mois à 100% à ce jour

De plus, rechercher l'innovation implique toujours un certain degré de risque. Dès qu'une nouvelle fonctionnalité est dévoilée, les éditeurs de jeux doivent analyser immédiatement la réponse des utilisateurs, afin de déterminer si le risque en valait la peine. Dans le passé, Funstage s'est appuyée sur des applications de sondage quantitatif, afin d'analyser et évaluer l'attitude des utilisateurs concernant leurs nouvelles sorties. Néanmoins, et bien que le taux de participation à ces sondages était élevé – entre 70 et 80% - ils ne donnaient à Funstage qu'une idée partielle des difficultés rencontrées par ses clients.

Avec des produits disponibles dans de multiples pays, tester au-delà des différentes frontières a été un défi supplémentaire pour Funstage. Dans le passé, Funstage invitait des personnes à tester ses prototypes en personne. Cependant, l'entreprise restait dépendante de la zone géographique dans laquelle était implanté chacun de ses bureaux, ce qui ne lui permettait pas de simuler une base utilisateur représentative. Le testing à distance au sein de différentes zones géographiques et culturelles n'était pas quelque chose qu'elle était en mesure de répliquer.

SOLUTION

Funstage s'est associé avec Applause afin de tester ses produits à l'aide d'utilisateurs authentiques dans le monde entier, mais également pour collecter des retours utilisateurs (UX). L'entreprise a reçu une documentation détaillée, composée de vidéos d'utilisateurs et d'analyses écrites lui permettant de connaître exactement les problématiques que rencontrent ses clients. Funstage s'appuie sur les experts UX d'Applause pour filtrer et prioriser les retours utilisateurs, afin d'obtenir des recommandations à forte valeur ajoutée.

Par exemple, le retour utilisateur Applause a permis à Funstage de comprendre pourquoi ses utilisateurs quittaient toujours un jeu au même endroit, après la mise en service d'une nouvelle fonctionnalité. Le problème était simple : différents boutons « retour » ou « fermer » laissaient à penser aux utilisateurs qu'ils ne pouvaient pas revenir en arrière – quelque chose qui était très important dans le gameplay. Funstage expérimentait "une cécité systémique", traitant tous les jours le même produit, elle partait du principe que l'utilisateur comprenait le jeu tout autant qu'elle.

Parce que Funstage travaillait auparavant principalement à l'aide de données quantitatives, elle était en mesure de percevoir que quelque chose n'allait pas dans le parcours de jeu, mais n'arrivait pas à déterminer exactement quoi. Ses données montraient clairement que ses utilisateurs abandonnaient la partie avant d'avoir commencé à jouer – mais Funstage ne savait pas pourquoi. La réponse était aisément identifiable sur la plateforme Applause, où de nombreux testeurs avaient remplis des rapports comme quoi des difficultés de chargement dans l'application les forçaient à abandonner la partie.



« LA CONNAISSANCE
D'APPLAUSE DANS LE
DOMAINE UI/UX EST
VASTE »

BERND EIBL, DIRECTEUR BRAND
MANAGEMENT SOCIAL, FUNSTAGE

Plutôt que de demander des retours utilisateurs après les mises à jour produit, Funstage peut maintenant rapidement et efficacement identifier les potentielles faiblesses dans le cadre du cycle de développement de ses produits. Cela donne à Funstage le temps de changer le design et les éléments de fonctionnalités lors de la phase de pré-production, réduisant ainsi les cycles de développement requis pour corriger les fonctionnalités après le lancement.

RÉSULTATS

En agissant sur les problèmes identifiés par Applause, Funstage a augmenté le taux de rétention client de 11,6% à 13,2% et son taux de conversion de 1,3% à 1,6% en seulement 30 jours. Cela a conduit à une augmentation directe de son retour sur investissement (ROI). Lors du testing et des phases sous-jacentes d'amélioration produit, Funstage a été en mesure d'augmenter son ROI par nouvel utilisateur d'environ 60% à 100% en six mois.

Funstage a aussi modifié quasiment 70% de son parcours d'onboarding utilisateur suite aux retours reçus par Applause. Quand une nouvelle fonctionnalité était lancée, Funstage éprouvait des difficultés à onboarder des nouveaux utilisateurs et à les initier à son utilisation, en particulier si elle était complexe.

Funstage bénéficie maintenant d'une meilleure appréciation de l'importance du design orienté utilisateur. Alors qu'elle avait l'habitude de se concentrer sur l'optimisation de son système avec une perspective orientée chiffres, l'équipe QA est maintenant plus tournée vers le point de vue utilisateur. Plutôt que de s'enliser dans des considérations mathématiques et techniques, Funstage se met maintenant à la place de ses clients. L'équipe se demande alors : comment concevoir chacune des fonctionnalités de manière à ce qu'elle soit intéressante et intuitive pour nos utilisateurs ?

« AVEC APPLAUSE, NOUS POUVONS CLAIREMENT COMMUNIQUER NOS OBJECTIFS DE TESTING ET NOS PROBLÉMATIQUES. LA PLANIFICATION DES CYCLES DE TEST ET LA MISE EN PLACE EST RAPIDE ET TRANSPARENTE. »

BERND EIBL, DIRECTEUR BRAND
MANAGEMENT SOCIAL, FUNSTAGE

À PROPOS D'APPLAUSE

Applause est le leader mondial des tests permettant d'offrir une qualité digitale optimale. Les clients ne veulent plus se contenter d'expériences digitales satisfaisantes : ils exigent des expériences exceptionnelles. La Product Excellence Platform (plateforme d'excellence produits) d'Applause offre aux plus grandes marques du monde une approche complète de la qualité digitale, indispensable pour fournir des expériences digitales incroyablement exceptionnelles aux quatre coins du monde. Pour cela, Applause travaille avec des testeurs hautement qualifiés disponibles à la demande, une infrastructure technologique complète, des solutions digitales de qualité et des produits SaaS, une expertise dans divers secteurs et sur de multiples cas d'utilisation. Cette approche harmonisée améliore grandement la couverture des tests, réduit les coûts et accélère les délais de production pour les sites Internet, les applications mobiles, l'Internet des Objets et les expériences en magasin. Des milliers de grandes entreprises, dont Ford, Fox, Google, Western Union ou encore Dow Jones, comptent sur Applause comme meilleure pratique pour livrer des produits et expériences digitales d'une qualité exceptionnelle que leurs clients adorent.

Pour en savoir plus, consultez: www.applause.com/fr