

La stratégie d'expérimentation au service de la performance chez SNCF Connect & Tech

En janvier 2022, SNCF Connect & Tech lance SNCF Connect, un service digital tout-en-un au service des voyageurs. Au milieu de ces grands changements, découvrez le rôle que l'expérimentation tient et comment celle-ci soutient la performance de l'entreprise.

Cela fait maintenant 7 ans que SNCF Connect & Tech et AB Tasty travaillent ensemble pour optimiser l'expérience client des utilisateurs web et app.

SNCF Connect & Tech adopte AB Tasty en 2016, solution d'optimisation de l'expérience client et développe l'expérimentation au service de la performance des solutions digitales créées. La montée en compétences se fait rapidement au fil des années, comme en témoigne en 2020 l'adoption de la plateforme server-side d'AB Tasty, Flagship, visant à compléter la stratégie d'expérimentation mise en place jusqu'ici.

SNCF Connect, le nouveau produit phare de l'entreprise, sort en 2022 et comptabilise pas moins de 3 millions de visites quotidiennes et plus de 190 millions de billets vendus en 2022, soit l'équivalent de 6,5 stades de France remplis chaque jour !

Le rôle de l'expérimentation et du CRO pour SNCF Connect

Le CRO a joué un rôle majeur non seulement dans le cadrage du MVP (Minimum Viable Product) du produit SNCF Connect mais aussi dans son suivi post-lancement.

Lors de cette période, 63% des enseignements des analyses de parcours ont été pris en compte. Par exemple, il a été constaté que 20% des utilisateurs de l'application arrivés en page dite "devis" avec le résultat de leur recherche, retournent sur la page d'accueil pour la modifier. Le choix de conception qui en découle est l'intégration d'un composant permettant la modification de la recherche sur l'app.

A propos de SNCF Connect & Tech

Leader du numérique et du e-commerce français, SNCF Connect & Tech est un pilier du secteur des mobilités. En tant que filiale, elle réunit les compétences numériques de SNCF Voyageurs au service du client avec pour raison d'être d'innover pour rendre les mobilités durables accessibles à tous.

SNCF Connect & Tech a développé un service emblématique « SNCF Connect », héritier de OUI.sncf. Son ambition est de faciliter tous les déplacements sur tout le territoire, du premier au dernier kilomètre, avec des mobilités durables et partagées.

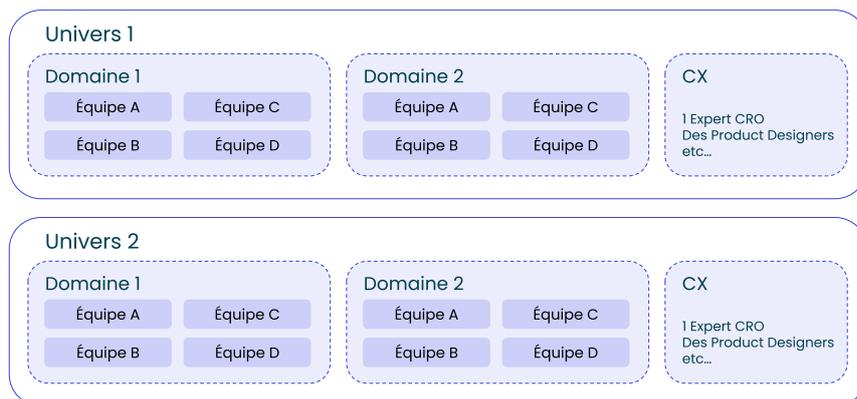
De même, 75% des enseignements issus des A/B Tests réalisés ont été pris en compte pour la création du MVP. Parmi eux se trouvent la gestion des consentements à la géolocalisation, la concrétisation d'options (prix hors option actualisé) ou encore l'optimisation du parcours de renouvellement de cartes commerciales.

Dans le suivi post-lancement, ce ne sont pas moins de 40 analyses qui ont été réalisées afin de mesurer l'efficacité du produit délivré et de confirmer les hypothèses de travail. Par ailleurs, la démarche test & learn a été relancée au sein de l'entreprise grâce aux outils d'A/B Testing

AB Tasty et Flagship, nécessaires à l'élaboration d'une roadmap d'optimisation continue.

Organisation et intégration de la dimension CX au sein de SNCF Connect & Tech

Aujourd'hui, les équipes de Delivery dans la direction Produits sont organisées comme vous le voyez ci-dessous, c'est-à-dire par univers puis grandes thématiques de parcours ("Distribuer" pour les parcours de distribution des billets ou "Accompagner" pour tout ce qui est accompagnement et compte client...), à l'image de poupées russes.



L'organisation du Delivery Produits & Tech

Dans chacun de ces univers se trouvent plusieurs domaines, par typologie de parcours par exemple : longue distance, courte distance, etc. Dans chacun de ces domaines, des équipes dédiées travaillent sur des sujets ou fonctionnalités précises concernant ces parcours.

La CX intervient de façon transverse dans cette organisation et est insufflée à l'ensemble des équipes, qui collaborent entre elles. Par exemple, il y a un expert CRO et plusieurs product designers qui sont identifiés en amont et qui travaillent avec chaque univers sur tous les sujets.

L'expertise CX et CRO au sein du cycle de vie projet chez SNCF Connect & Tech

Au sein de l'entreprise, la direction CX joue un rôle important dans un cycle de vie projet et il existe différentes expertises ou actions qui peuvent être déclenchées aux différents niveaux du cycle.

Parmi les expertises CX à contribution, on voit que le CRO intervient sur toutes les phases de discovery, de delivery et de run d'un projet. Tout d'abord en discovery, pour sécuriser la bonne orientation d'une étude, d'un cadrage. Puis en delivery, pour accompagner et sécuriser les choix de conception par de l'analyse ou de l'A/B testing. Enfin, en run d'un projet, pour mesurer l'efficacité des évolutions portées et détecter des opportunités d'optimisation.

Comme évoqué précédemment, le CRO a joué un rôle central à la

fois dans le cadrage pré-lancement de SNCF Connect mais aussi dans son suivi post-lancement, tout au long du projet. Avec des analyses de parcours et des A/B Tests, les hypothèses de travail pouvaient être validées rapidement, créant ainsi une roadmap d'optimisation continue data-driven.

Chez SNCF Connect & Tech, l'expérimentation est l'affaire de toutes les équipes. Avec leur mode de fonctionnement transverse, le produit est divisé par thématiques avec des équipes responsables de développer les fonctionnalités associées.

La stratégie d'expérimentation chez SNCF Connect & Tech

Centraliser la maîtrise et le développement des A/B Tests a de grandes vertus et c'est une stratégie qui fonctionne car elle permet à l'équipe CRO de gérer en autonomie la bande passante dédiée. C'est parce que cette compétence est difficile à répandre et maintenir que cette stratégie a longtemps perduré chez SNCF Connect & Tech.

Pour autant, elle pose un certain nombre de défis :

- Un risque de tension concernant la question de l'ownership : développer des A/B Tests en dehors d'une feature team veut aussi dire que la feature team est moins en maîtrise de ce delivery.
- Un risque sur la qualité de la prod : en tant qu'équipe transverse en "en dehors des équipes de delivery",

l'équipe CRO prend le risque d'être déconnectée des mises à jour et des processus de prod, ce qui peut engendrer des incompréhensions et des éventuels aléas négatifs.

C'est ainsi que la stratégie d'expérimentation chez SNCF Connect & Tech a évolué vers son modèle de fonctionnement actuel, dit de "décentralisation". Contrairement à ce que l'on pourrait croire au premier abord, cela ne consiste pas à abandonner tout ownership sur la démarche d'A/B Testing, bien au contraire : la stratégie reste globale, afin d'en garantir l'approche scientifique et statistique.

De manière plus concrète, voici ce que signifie cette stratégie :

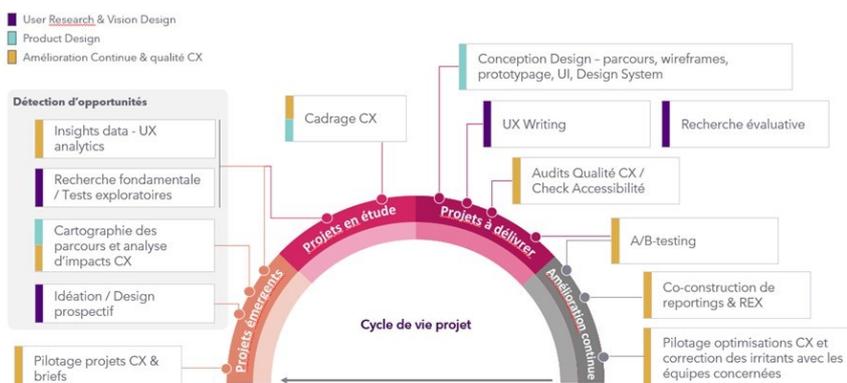
- Les experts fonctionnels et tech ont la main sur le delivery du test, mais l'équipe CRO reste garante de son bon cadrage.
- Les synergies métier et tech sont renforcées avec des modes opératoires pour assurer le développement, l'activation et le suivi en production des A/B Tests.
- L'équipe CRO reste en supervision globale pour la gestion des conflits des tests et afin que les efforts portent sur les tests à forte valeur ajoutée.

Afin de rendre cela possible, un travail de partage et de diffusion des compétences techniques pour développer l'expérimentation en interne a été réalisé. Ceci rejoint aussi la nécessité de faire preuve de pédagogie auprès des différentes équipes pour s'assurer du succès du changement de stratégie : organisation de formations, mise à disposition de documentations pour assurer la montée en compétence des équipes... Le tout s'accompagne de prises de parole et de partage de la roadmap en interne et à tous les niveaux, jusqu'au comité de direction.

À propos de nous

Pour en savoir plus à propos d'AB Tasty, rendez-vous sur : www.abtasty.com

Pour en savoir plus à propos de Contentsquare, rendez-vous sur : www.contentsquare.com



Le rôle de la CX chez SNCF Connect & Tech