



## KLM s'appuie sur les retours de ses clients pour améliorer son appli mobile



### LE DÉFI

#### Améliorer l'expérience mobile

Développer une application de A à Z prend du temps. Même lorsque vous aurez créé un produit minimum viable (MVP), il restera encore beaucoup de travail à accomplir. Et quand les utilisateurs commenceront à envoyer leur feedback, vous risquez fort d'être confronté à des problèmes imprévus.

Stijn Banner, responsable des produits mobiles chez KLM Royal Dutch Airlines, explique que son équipe a travaillé d'arrache-pied pendant deux ans pour créer la première version de l'application mobile KLM. Le lancement du MVP a suscité des avis mitigés, dont certains commentaires très négatifs. De toute évidence, la version initiale de l'application mobile n'était pas à la hauteur des attentes de l'équipe ni des utilisateurs. Pour aller de l'avant, KLM avait besoin de mieux comprendre ce qui manquait à l'application selon les clients et d'identifier rapidement les bugs qui impactaient l'expérience utilisateur. L'équipe Produit rêvait d'une plateforme capable de les aider à capturer du feedback détaillé et à prendre les mesures nécessaires pour transformer son MVP en un produit abouti et agréable à utiliser.

**« Nous ne développons pas une appli juste pour faire plaisir à un responsable d'équipe. Au contraire, nous développons une appli pour répondre aux besoins de nos clients. GetFeedback nous permet de capter la Voix du Client pour comprendre où et comment nous pouvons améliorer l'application pour dépasser les attentes des utilisateurs. »**

Stijn Banner, Responsable Produits mobiles chez KLM Royal Dutch Airlines

# 4,2

Note dans les magasins d'applis, (2,8 au lancement)

# 100 000

Utilisateurs quotidiens actifs de l'appli KLM

# 30

Billets supplémentaires vendus chaque jour

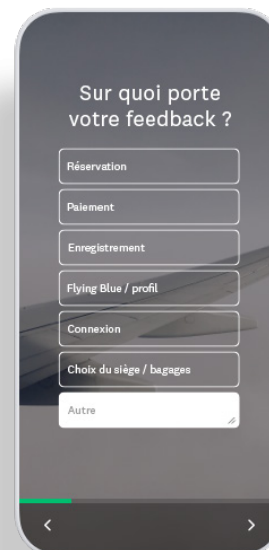
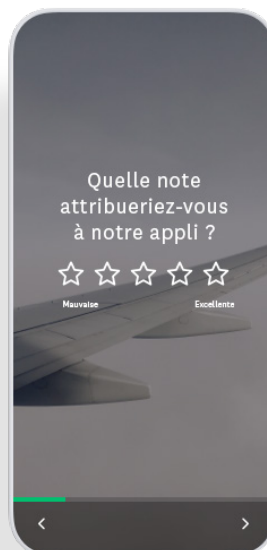
LA SOLUTION

## Exploiter la Voix du Client

Il était primordial de recueillir du feedback et d'agir rapidement. La première version de l'application étant déjà disponible, l'équipe de développement devait la mettre à jour le plus rapidement possible. Pour ce faire, l'équipe avait besoin d'informations détaillées. Mais sans plateforme performante, l'analyse de ces informations pour en dégager des tendances était compliquée. Avec GetFeedback, Stijn Bannier et son équipe ont tout de suite trouvé ce dont ils avaient besoin.

KLM a implémenté GetFeedback dans son application mobile pour capturer la Voix du Client, afin d'avoir les retours des utilisateurs en temps réel. L'équipe Produit s'est appuyée à la fois sur des retours quantitatifs et qualitatifs pour obtenir une vision globale de l'expérience client. Les informations quantitatives montrent comment l'application est utilisée, tandis que les informations qualitatives mettent en évidence les causes profondes des demandes de modification. GetFeedback collecte aussi des informations démographiques sur les utilisateurs de l'application, ce qui permet à KLM de hiérarchiser les fonctionnalités et les mises à jour en fonction des besoins des clients. Dès le début du processus, l'équipe a identifié trois demandes fréquentes chez les utilisateurs : pouvoir réserver des vols multi-destinations, obtenir des Miles rétroactivement, et consulter le statut des vols dans l'appli, au lieu d'être redirigé vers le site Web de KLM. L'équipe de développement a pu intégrer ces fonctionnalités rapidement, et le nombre d'utilisateurs de l'application a nettement augmenté.

Grâce à l'intégration de GetFeedback dans l'application de KLM, l'équipe de développement est en mesure de rester agile et de corriger les bugs rapidement. Par exemple, l'équipe d'assistance client de KLM avait entendu dire que les clients ne pouvaient pas toujours changer leur siège dans l'application, mais n'arrivait pas à comprendre pourquoi. Grâce aux informations fournies par GetFeedback, l'équipe de développement a pu identifier le problème : les utilisateurs titulaires d'un abonnement Silver ou Gold ne pouvaient pas modifier leur siège sur les vols européens. Une solution a été rapidement mise en œuvre pour résoudre le problème à la source.



**Organisation :**  
KLM Royal Dutch Airlines

**Objectif stratégique :**  
Améliorer l'expérience de l'appli mobile et le ressenti des clients

**Solution :**  
GetFeedback

**Facteurs de réussite :**

- Augmentation de l'utilisation de l'appli par les clients
- Amélioration de la satisfaction client et de la note de l'appli
- Hausse des réservations de billets et des recettes

**« L'application KLM représente un atout formidable pour nos grands voyageurs. Ils s'en servent pour réserver leurs vols et souscrire à des services optionnels, ce qui a un impact direct sur les recettes. Grâce au feedback recueilli via GetFeedback, nous avons pu améliorer notre application et accroître notre chiffre d'affaires. »**

Stijn Banner, responsable des produits mobiles chez KLM Royal Dutch Airlines

## RÉSULTATS

### Une appli qui plaît

Stijn Banner estime que depuis l'intégration de GetFeedback, KLM est plus à l'écoute des utilisateurs de l'application et améliore continuellement leur expérience. Lors du lancement initial de l'appli, la multitude d'avis négatifs s'était traduite par une note moyenne de 2,8 étoiles. Aujourd'hui, l'application KLM a été téléchargée des millions de fois sur iOS et Android et sa note moyenne est passée à 4,2 étoiles, en grande partie grâce aux informations fournies par GetFeedback. Chaque jour, plus de 100 000 utilisateurs actifs réservent des vols, s'enregistrent, téléchargent leur carte d'embarquement, réservent un siège, ajoutent des bagages supplémentaires ou consultent le statut de leur vol en direct. Après avoir corrigé le problème de sélection des sièges, KLM a constaté une hausse immédiate des ventes de billets de près de 30 par jour.

Grâce aux informations fournies par GetFeedback, KLM sait que 70 % des utilisateurs de l'application voyagent pour des raisons professionnelles, et 30 % pour le plaisir. En moyenne, les utilisateurs de l'appli voyagent entre 8 et 12 fois par an. KLM veut donner aux utilisateurs VIP le contrôle total de leur expérience, au moment où cela compte le plus pour eux. En suivant de près le ressenti des utilisateurs, l'équipe Produit peut implémenter des solutions rapidement. La collecte de feedback joue un rôle primordial à chaque étape du processus de développement.