

UserTesting lance de nouveaux modèles de test pour les entreprises qui souhaitent répondre à la demande croissante en produits, services et expériences durables

UserTesting (NYSE : USER), leader en perception humaine basée sur la vidéo, a annoncé aujourd'hui de nouveaux modèles de test destinés à la Human Insight Platform de UserTesting®, et grâce auxquels les entreprises axées sur ou intéressées par la durabilité peuvent obtenir rapidement l'opinion de leurs publics cibles, au moyen de modèles de plan de test, personnalisables et prêts à l'emploi. À l'heure où les consommateurs sont de plus en plus sensibles à la culture et aux produits durables, les entreprises s'efforcent de répondre à leur attente pour rester compétitives. Qu'il s'agisse d'entreprises novices en matière de développement durable, ou de celles axées sur les offres respectueuses de l'environnement, les nouveaux modèles de test, de UserTesting offrent une image complète des besoins et attentes de leurs clients, leur permettant ainsi d'offrir des produits, des marques, et des expériences écoresponsables, de premier ordre.

Ce communiqué de presse contient des éléments multimédias. Voir le communiqué complet ici : <https://www.businesswire.com/news/home/20220421005316/fr/>

D'après un rapport de McKinsey, les produits commercialisés durables enregistrent une croissance cinq à six fois plus rapide que celle des produits non durables. En outre, 85 % des consommateurs ont adopté des pratiques d'achat plus écologique ces cinq dernières années, d'après une étude menée par Simon-Kucher & Partners, société mondiale de conseil dans les domaines de la stratégie et des prix. Ces entreprises tournées vers les perspectives et les attentes de leur clientèle en matière de développement durable, et qui répondent à ces besoins, bénéficieront d'un avantage certain par rapport à celles qui n'adoptent pas cette posture.

Les modèles de durabilité de UserTesting permettent aux organisations d'obtenir rapidement des informations importantes clés, afin que les équipes se focalisent sur le développement des produits et services respectueux de l'environnement, que souhaitent et attendent les clients. Cet ensemble de modèles inclut des plans de test prédéfinis, qui permettent de :

- Comprendre comment et pourquoi les consommateurs achètent et utilisent des biens et services durables, afin d'élaborer des stratégies visionnaires ;
- Découvrir l'évolution des besoins et attentes des clients, afin de créer les produits et services actuels ou futurs ;
- Améliorer la clarté et l'efficacité des messages, et se positionner autour de la durabilité et des programmes environnementaux.

Les tout derniers modèles de UserTesting proposent des exemples de questions prédéfinies, que les organisations peuvent utiliser telles quelles, ou personnaliser en fonction de leurs besoins de test spécifiques. Les organisations peuvent utiliser ces modèles pour recueillir des opinions soit

auprès du réseau de contributeurs abonnés et de première partie, de UserTesting, soit directement auprès de leurs propres réseaux.

« Le développement durable représente une force croissante à travers le monde. Le [Forum économique mondial](#) prévoit que les solutions positives pour la nature créeront des opportunités commerciales d'une valeur de 10 000 milliards USD, et plusieurs millions de nouveaux emplois », a commenté Janelle Estes, directrice des informations, chez UserTesting. « L'offre de produits et services respectueux de l'environnement ne constitue plus une activité de niche ; elle devient rapidement la nouvelle norme dans le domaine des affaires. UserTesting permet aux marques de comprendre l'évolution des besoins de leurs clients, de manière à pouvoir répondre aux exigences qu'ils manifestent. »

Ces nouveaux modèles de durabilité viennent s'ajouter aux plus de 100 modèles de test prédéfinis, qui sont disponibles sur la Human Insight Platform de UserTesting.

À propos de UserTesting

UserTesting (NYSE : USER) a fondamentalement transformé la manière dont les organisations obtiennent des informations auprès des clients grâce à une technologie de capture rapide permettant de recueillir les opinions et expériences de clients ayant accepté de les partager. La Human Insight Platform de UserTesting exploite notre réseau mondial de personnes du monde réel, et génère des expériences basées sur des vidéos enregistrées, afin que quiconque au sein d'une organisation puisse poser directement des questions, entendre ce que les utilisateurs ont à dire, comprendre ce qu'ils pensent, et saisir ce que signifie réellement être client. À la différence des méthodes d'analyse qui suivent le comportement des utilisateurs pour essayer d'en tirer des conclusions, UserTesting minimise cet exercice de supposition, et donne vie aux données sur l'expérience client grâce à la perception humaine. Selon Forbes, UserTesting compte plus de 2 300 clients, parmi lesquels plus de la moitié du Top 100 des plus grandes marques du monde. UserTesting est basée à San Francisco, en Californie. Pour en savoir plus, consultez www.usertesting.com.

Le texte du communiqué issu d'une traduction ne doit d'aucune manière être considéré comme officiel. La seule version du communiqué qui fasse foi est celle du communiqué dans sa langue d'origine. La traduction devra toujours être confrontée au texte source, qui fera jurisprudence.



Consultez la version source sur [businesswire.com](https://www.businesswire.com/news/home/20220421005316/fr/) : <https://www.businesswire.com/news/home/20220421005316/fr/>