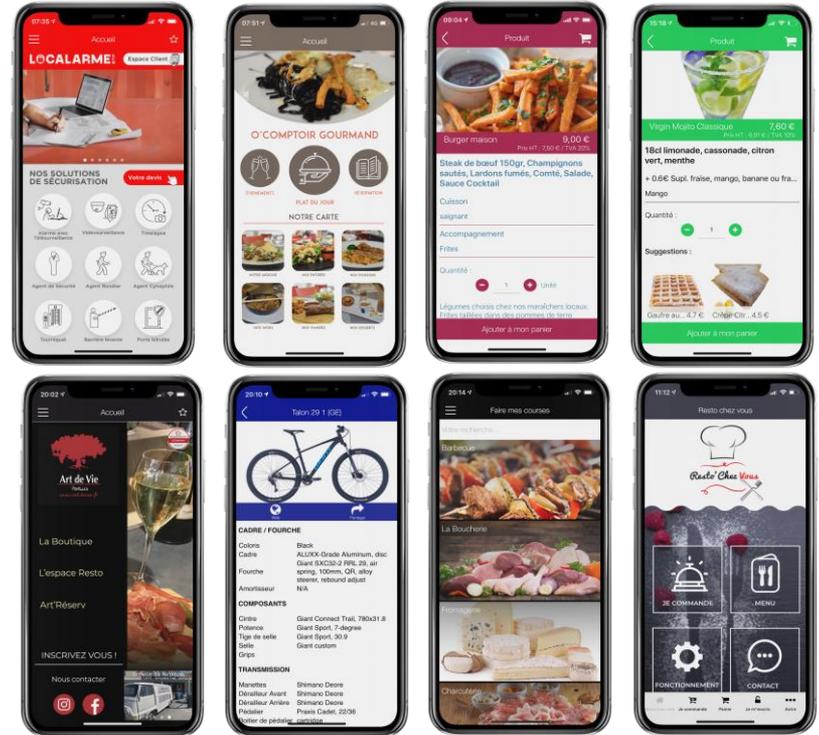


Les différentes formes de présence marchande en ligne les Applis Mobiles

9 janvier 2023





Bruno DOUCENDE

Chargé des partenariats Medinsoft
Président Fondateur de Synertic



Créateur d'applications mobiles



" Sur Mesure " en mode projet

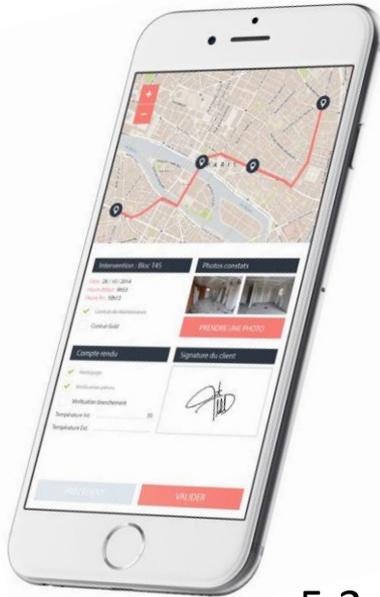
" Prêtes-à-Publier " avec Shapper

+ 400 applications mobiles ...





Plus de mobiles que de brosses à dents dans le monde



5,3 milliards d'utilisateurs de téléphones mobiles sur terre
3,5 milliards de brosses à dent vendues chaque année dans le monde



2 Acteurs Majeurs
Apple (iOS) / Google (Android)

+5,3 Milliard de mobinautes
+42 Millions en France

100 Apps installées
mais 30 utilisées / mois

M-commerce
37% des transactions

130 millions de ventes de
Smartphones / mois

218 milliards
d'apps mobiles téléchargées

5'40" pour les applications
54" pour un site web
(**x 6**)

Taux de conversion App
7 x web mobile



+ de 50 interactions
par jour avec son
smartphone



91% des mobinautes
gardent leur téléphone à
portée de mains **H24**
mobile allumé : 18h/j



Le temps
passé sur mobile :
4,2 heures /j



51% en Nomophobie
(no mobile phobia)
Addiction au mobile



Une appli mobile c'est :

- Être dans la **poche des utilisateurs**
- Être accessible **n'importe où**
et **n'importe quand**
- La capacité de contextualiser l'information selon
 - qui je suis
 - où je suis
 - ce que je fais
- **Faciliter et simplifier** la vie des utilisateurs





▪ Support de la consultation
« **paisible** » et « **passif** »

- **Longue durée** (domicile ou travail)
- *Utilisation* : Information et recherche approfondie & détaillée
- Objectifs différenciateurs :
 - Notoriété
 - Visibilité (moteurs de recherche)



▪ Support de **l'instantané**

▪ **Courte durée**

mais tout au long de la journée

- Dans tous les lieux : Domicile, Travail, Transport, salle d'attente, ...
- **Interactivité** avec la proximité
- Fonctionnalités spécifiques
- Accès et production d'information n'importe où & n'importe quand

Acquisition

Fidélisation

Complémentaire – Ecosystème interopérable



B to C / B to B / B to B to C



Générer des revenus directement ou indirectement

- Engagement
- Fidélisation



Améliorer la relation et parcours client (usager)

- Facilitation
- Apport de Services



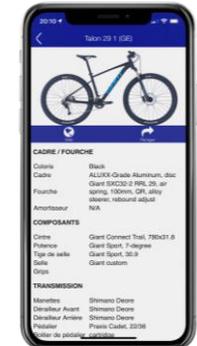
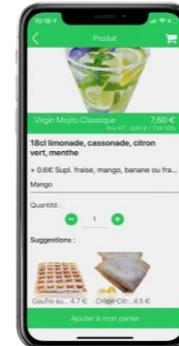
Optimiser et Simplifier les Process

- WorkFlow interne
- Applications "Métier"



Générer des revenus directement ou indirectement

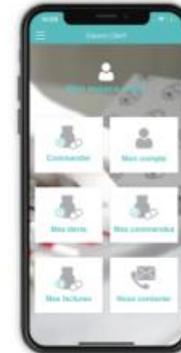
- Achat en ligne / en magasin
- Achat opportun (promotion via Push)
- Aide à la vente, comparatifs
- Réalité augmentée
- Avis, suggestions
- Recommandations
- Coupon promotion
- Paiement, Porte monnaie virtuel
- Carte de fidélisation
- Parrainage
- ...





Améliorer la relation et parcours client

- Ciblage, notifications
- Géolocalisation,
- Assistants numériques
- Tutoriel, Fiches techniques,
- Information multimédia
- Suivi de prestations / contrats récurrents
- SAV : Tchat, Visio
- Jeux, Animations, concours
- ...





❑ Qualifier les cibles

- Qui sont les utilisateurs/Profil de l'application ?
- Pourquoi lancent-ils l'application ?
- Dans quelles situations vont-ils utiliser l'application ?
- Type de terminal utilisé
- Quelle est la promesse client de l'application



❑ Identifier les attentes

- Fonctions essentielles ?
(Pareto : 20% des fonctionnalités = 80% d'utilisation)
- Éléments différenciateurs ?



Notification Push



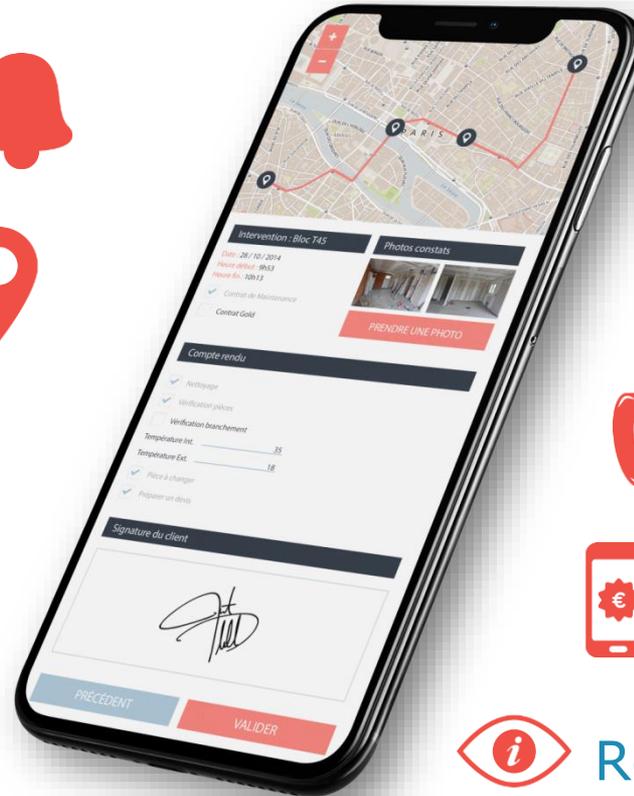
Géolocalisation



Signature numérisée



Scan de codes



Beacon
Géofencing



Mode déconnecté



Objets connectés



Paiement - Billetterie



Réalité augmentée



Web			Logiciel	
Navigateurs			Stores applicatifs	
Site web	Site mobile Web App	PWA	Hybride Cross plateforme	Natif
<i>HTML, CSS, ...</i>	<i>PHP, JS, C#, ...</i>	<i>PHP, JS, API, ...</i>	<i>Flutter, Ionic, React native, Xamarin, ...</i>	<i>Swift, Objective C, Java, Kotlin</i>
Fonctionnement serveur (Connecté)			Fonctionnement serveur (Connecté) et / ou local (non connecté)	



- Deux catégories d'application : **Gratuites et Payantes.**
- Les ventes d'applications peuvent être **gérées directement par les Stores**
- Revenus :**
 - Vente de produit ou prestation (e-boutique)
 - au Téléchargement : géré par le store
 - Achat in-App (achats intégrés) géré par le store
 - Abonnement : géré par le store
 - Régie publicitaire
- Certains Store imposent **les plages de prix**
- Commissions Store:**
30% (15% pour les abonnements, n+1)





2 Approches pour les Projets Apps

Développement sur-mesure

- **Méthodologie** Classique ou Agile
- Selon le périmètre
 - **Cout** entre 20 & 70 k€
 - **Délai** entre 3 et 8 mois
- Propriété intellectuelle et code source
- Maintenance et Hébergement

- **Acteurs** : ESN, Mobile Agency, Web Agency, Freelance, Offshore

Solution no-Code / Low-code

- **Méthodologie** Agile
- Selon le périmètre et business-model de la solution
 - **Cout** : Frais initialisation + Abonnement (sur 3 ans : 5 à 10 fois moins cher que du sur-mesure)
 - **Délai** quelques semaines
- Licence d'utilisation + maintenance + hébergement
- Durée d'engagement et Réversibilité

- **Acteurs** : éditeur de solution, prestataire



Dans tous les cas il faut :

- **Réflexion aboutie** : Objectifs, cible, fonctionnalité, modèle économique, ...
- **Être accompagné** : Consultant / Prestataire



❑ L'Application

- Fourniture d'un service clair.
- Une interface utilisateur ergonomique : Adhésion cognitive
- Répondre aux besoins
- Pas une simple copie d'un site web
- Qualité – Fiabilité - Performance
- La première impression doit être la bonne !

⇒ Ne pas décevoir

❑ La publication de l'App

- Nom de l'App - Icône de l'App – Les screenshots
- Description – Mots Clés – Choix catégorie

⇒ Donner envie

❑ Le Marketing « Classique »

- Site vitrine, Landing Page (+Référencement), vidéo, Mailing,
- Réseaux sociaux, Pub, Blogueur, Presse, newsletter,
- Acquisition Incentive, ...

⇒ Faire connaître

❑ L'ASO (App Store Optimisation)

⇒ Augmenter la visibilité



DES QUESTIONS

