

# Comonmarket



**Mobilité  
Connectée**

**Pourquoi une application mobile est-elle désormais  
indispensable pour accélérer votre trafic et vos ventes ?**

ComOnMarket – Copyright 2017 © RCS Lille Métropole 815 138 821

Les Miroirs du Lac – 377, rue Jules Guesde  
59650 Villeneuve d'Ascq – France  
Tél : +33 (0)359 560 359

[www.comonmarket.com](http://www.comonmarket.com) - [contact@comonmarket.com](mailto:contact@comonmarket.com)

## RÉUSSIR LA MISE EN PLACE DE SON APPLICATION MOBILE

Devant l'importance croissante des usages mobiles et notamment des applications, il est important de préparer une stratégie efficace et percutante pour proposer à vos utilisateurs une application de qualité et surtout vivante.

Deux questions essentielles se posent alors :  
Comment la mettre en place efficacement ?  
Comment la faire vivre facilement ?

### Sommaire

#### Introduction

1. Pourquoi développer une application mobile ?
2. Comment réussir sa mise en place ?
3. L'application pour augmenter le périmètre d'interconnexions

#### Conclusion



### Introduction

Avec la montée en puissance des usages liés au mobile, 2017 s'annonce comme l'année du mobile First.

Avec plus de 60% des individus équipés d'un Smartphone (+11% en un an), le m-commerce s'est développé et s'impose aujourd'hui comme étant la nouvelle génération du commerce connecté devant le, devenu traditionnel, e-commerce.

Depuis 2015, la France compte désormais plus de mobinautes que d'internautes, autrement dit le mobile a pris le pas sur les usages classiques du web.

Avec plus de 7 milliards d'euros de chiffre d'affaires généré sur 2016, le m-commerce offre de belles opportunités de développement des ventes pour les entreprises. D'autant plus que depuis 2015 la croissance du marché du m-commerce est supérieure à celle du e-commerce (75% contre 11%).

Les Français sont plus connectés que jamais : ils sont multi-écrans et passent de plus en plus de temps sur leurs mobiles. Ils interagissent davantage avec les marques via leurs Smartphones, grâce notamment aux applications mobiles : ils sont devenus mobile first.

Le mobile est ancré dans la vie quotidienne des individus et devient un canal de communication stratégique pour les entreprises. L'application est incontournable notamment dans les secteurs du Retail car offrant de nouvelles opportunités de développement pour les entreprises.

# 1. Pourquoi développer une application mobile ?

## Sommaire

### Introduction

#### 1. Pourquoi développer une application mobile ?

2. Comment réussir sa mise en place ?
3. L'application pour augmenter le périmètre d'interconnexions

### Conclusion

Les devices se développent, le marché du mobile est en plein essor et cela engendre naturellement une nouvelle façon de consommer.

Aujourd'hui Internet est utilisé pour de nombreux usages: pour consommer, se divertir, communiquer, partager, s'informer etc. L'usage ne se limite plus à 1 ou 2 heures par jours de connexion pour consulter ses emails et effectuer quelques recherches sur Google. L'utilisateur est désormais constamment connecté, ce qui offre de nombreuses opportunités pour les entreprises.

### Pourquoi un Site Responsive ne suffit plus ?

#### 1. L'évolution des usages

- Le Smartphone est devenu le seul moyen pour être présent partout et tout le temps auprès de vos clients. Il vous a « dans la poche ».
- 81% des mobinautes consultent leur mobile avant d'acheter et privilégient le confort de navigation de l'application.
- L'application mobile va vous permettre de développer vos ventes et votre audience grâce à un nouveau canal de communication fortement plébiscité car simple et rapide d'utilisation.
- 83% du TOP 30 des Retailers ont déjà développé leur application et 30% des utilisateurs ont déjà achetés via cette application mobile

#### 2. La notion d'expérience client

- Les applications permettent d'effectuer des recherches et des transactions continuellement, en tout lieu, ce qui permet un gain de temps et davantage de commodité dont découle une satisfaction accrue du client.
- Tout est dans l'expérience utilisateur : l'application répond au besoin des utilisateurs d'avoir accès à n'importe quel moment à tout type d'informations (ATAWADAC : Any Time, Any Where, Any Device, Any Content). Elle facilite la navigation, le processus d'achat et offre une véritable expérience d'utilisation ludique et interactive.
- Votre application offre une vraie valeur ajoutée grâce à une expérience utilisateur positive, rapide, efficace et transparente à même de fidéliser le client.

## Sommaire

Introduction

**1. Pourquoi développer une application mobile ?**

2. Comment réussir sa mise en place ?
3. L'application pour augmenter le périmètre d'interconnexions

Conclusion

*La digitalisation en quelques chiffres :*

- ❖ *On compte en moyenne 10 fois plus de visites sur le site internet qu'en magasin*
- ❖ *90% du commerce est effectué en magasin*
- ❖ *74% des mobinautes accèdent aux Réseaux Sociaux depuis leur Mobile*
- ❖ *2,7 heures passées en moyenne chaque jour sur de l'internet mobile*
- ❖ *69% des personnes ne sortent jamais sans leur mobile*
- ❖ *46% effectuent des recherches tous les jours sur leur Smartphones*

**3. Les apports directs et indirects de l'application mobile**

- C'est un moyen percutant de communication : le taux de conversion des pubs in-app est en moyenne 70% plus élevé et génère 50% de ventes en plus que les campagnes dédiées au web mobile (source *Sociomantic*)
- L'application permet de nombreuses fonctionnalités (m-commerce, contenu exclusif, jeux marketing, système de fidélisation in-app etc.) et s'adapte à tous les secteurs d'activités aussi bien B2C que B2B.
- Autre intérêt en lien direct avec la collecte de données et la possibilité qu'offrent les applications d'envoyer aux mobinautes des notifications « push » c'est-à-dire de pousser de l'information pour attirer plus facilement l'attention et faire revenir les utilisateurs sur votre application.
- Toujours plus loin dans la collecte de data, l'application vous permet, grâce à l'autorisation des notifications push, la géolocalisation etc. d'accéder à une multitude d'informations sur vos clients qui peuvent être ensuite analysées et traitées pour par exemple adapter votre offre ou votre démarche.
- Développer une application est devenu relativement facile et rapide à mettre en place donc moins coûteux pour les développeurs. De nombreuses sociétés proposent aujourd'hui leurs services pour vous accompagner tout au long de la création de votre application.

## 2. Comment réussir sa mise en place ?

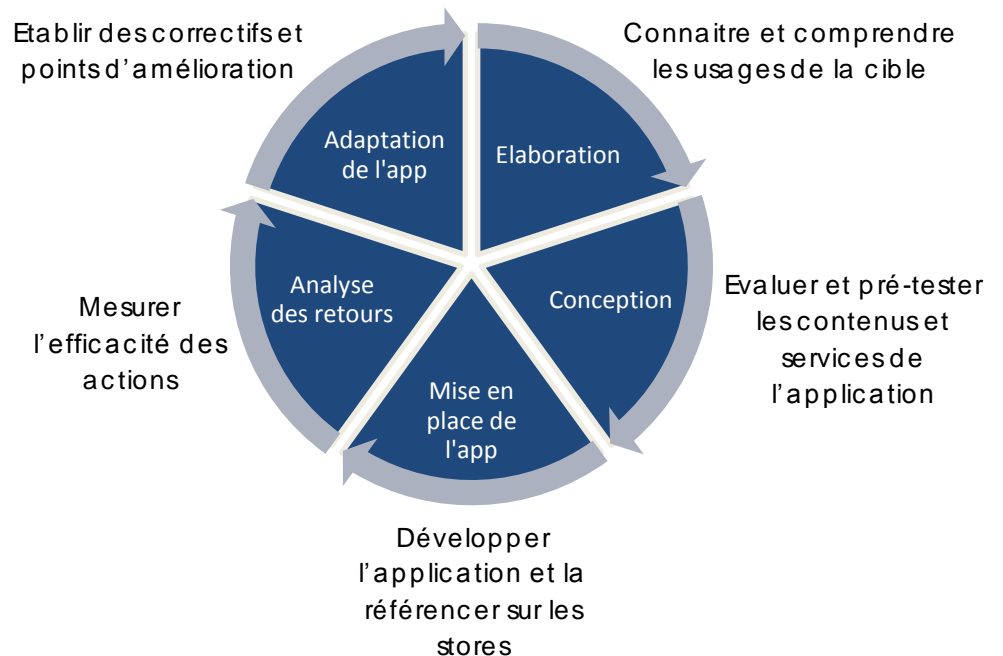
### Sommaire

#### Introduction

1. Pourquoi développer une application mobile ?
2. **Comment réussir sa mise en place ?**
3. L'application pour augmenter le périmètre d'interconnexions

#### Conclusion

- **Etablir un processus agile et cyclique**



- **Se fixer des objectifs concrets et une « raison d'exister pour son application »**

La création d'une application n'est pas une fin en soi, elle doit servir des objectifs concrets. Ces objectifs doivent être déterminés en amont :

- Augmenter les ventes
- Développer la notoriété et l'image de marque
- Tester les nouveautés
- Offrir de nouvelles possibilités, une application innovante
- Améliorer la relation client, développer la fidélité
- Proposer des contenus exclusifs...

L'application doit répondre à un besoin, ou être suffisamment innovante pour retenir l'attention : **Il faut définir une véritable proposition de valeur.**

## Sommaire

## Introduction

1. Pourquoi développer une application mobile ?
2. **Comment réussir sa mise en place ?**
3. L'application pour augmenter le périmètre d'interconnexions

## Conclusion

## Exemple :

Disponible sur l'AppStore et Google Play, **le salon #conext**, rendez-vous international du Retail, a développé sa propre application. L'application accompagne les visiteurs et les exposants et permet : d'obtenir votre badge, l'agenda avec les keynotes, le plan du salon en 3D, suivre toute l'actualité du salon, consulter les infos pratiques, ajouter à vos favoris les personnes rencontrées, exposants ou conférences, décupler votre réseau pro avec la solution de Networking et plein d'autres fonctionnalités.

- **Comprendre ses utilisateurs : leurs besoins, leur comportement**

Pour répondre au mieux aux besoins des clients, les équipes marketing doivent prendre en compte les variables sociologiques et comportementales des utilisateurs afin de les étudier et ainsi proposer une application pertinente et correspondant au mieux à la cible visée. Les variables à prendre en compte pour créer son application peuvent être les suivantes :

- Leur comportement durant le parcours d'achat
- Leurs habitudes de consommation
- Le taux et le type d'équipements : une application ne sera pas nécessairement pertinente pour une cible comme celle de Damart par exemple car ne correspondant pas aux usages traditionnels de la cible
- Les besoins exprimés et latents des clients et prospects (si volonté de conquête via l'application)
- La relation établie et entretenue avec la marque (marketing transactionnel, relationnel, individualisé, de communauté)

- **Penser à la communication en amont du lancement :**

Avec plus de 3,1 millions d'applications sur le marché, difficile de se faire une place de choix sur les stores. La communication doit être percutante pour assurer la visibilité de l'application. Il est important de mobiliser la grande majorité des canaux de communication (publicité, réseaux sociaux, site web, stores etc.), pour relayer l'info et créer de la viralité autour du lancement de cette application.

## Sommaire

### Introduction

1. Pourquoi développer une application mobile ?
2. **Comment réussir sa mise en place ?**
3. L'application pour augmenter le périmètre d'interconnexions

### Conclusion

- **Proposer une application User-Friendly**

Proposer un design soigné, ergonomique est crucial pour que vos clients utilisent vos applications mais surtout reviennent sur votre application. Une navigation fluide, rapide et intuitive abouti à une expérience utilisateur positive. La fluidité de navigation sur l'application est souvent considérée comme étant le critère principal d'une application réussie d'un point de vue client. Si ces critères ne sont pas pris en compte, l'entreprise court le risque de perdre ses utilisateurs dès le lancement.

#### Les 5 critères pour une bonne application :

- Rapidité d'accès à l'info
- Ergonomie
- Sécurisation des données
- Contenu à forte valeur ajoutée
- Design

#### *Exemple :*

*L'application sert aussi à développer la communication interne*

**NORAUTO** a développé en 2016 une application dédiée à la relation franchiseurs/franchisés dans le but de simplifier les canaux de communication : l'application permet de commander des produits, répondre à des sondages ou encore participer à des opérations marketing

- **Développer une application cross-plateforme et cross-canal**

Pour assurer la bonne fonctionnalité de votre application, il est crucial au moment de la conception de penser l'application pour l'ensemble des supports : smartphones, tablettes, bords etc. et pour l'ensemble des plateformes du marché : ios, Android et Windows Phone. Il existe différents types d'applications, les natives par exemple, permettent de simplement et rapidement développer une application adaptée à ces différents supports.

### 3. L'application permet également d'augmenter le périmètre d'interconnexions

#### Sommaire

#### Introduction

1. Pourquoi développer une application mobile ?
2. Comment réussir sa mise en place ?
- 3. L'application pour augmenter le périmètre d'interconnexions**

#### Conclusion



Les flux d'informations qui circulent entre les devices et les canaux de communication permettent globalement d'augmenter votre réseau d'audience et d'améliorer la diffusion de vos informations

#### Consultez les Guides :

« La boîte à outils du Digital »  
sur le site [www.comonmarket.com](http://www.comonmarket.com)  
+33 (0)359 560 359



## Sommaire

### Introduction

4. Pourquoi développer une application mobile ?
5. Comment réussir sa mise en place ?
6. L'application pour augmenter le périmètre d'interconnexions

### Conclusion

#### Exemple :

**Funch** a choisi d'animer son application par de la gamification, en créant une expérience de marque par le jeu. Ce qui lui permet d'atteindre notamment dans une démarche drive-to-store d'augmenter le panier moyen sur ses points de vente et de renforcer l'engagement de ses clients fidèles.

**Célio**, pour son application, a mis en place un système in-app permettant d'inciter et de récompenser chacun des points de contact entre le client et la marque par des points transformables en cadeaux, récompenser les visites en point de vente et améliorer la connaissance des consommateurs et des prescripteurs. Cela lui permet de booster l'application mobile et de valoriser son offre.

## Conclusion

Disposer d'un site responsive ne suffit plus. Les usages mobiles ont évolués et l'application s'impose comme élément incontournable dans la réponse au besoin des utilisateurs d'avoir accès à n'importe quel moment à n'importe quel contenu. L'application mobile vous permet de développer vos ventes grâce à un nouveau canal de communication fortement plébiscité.

L'application est simple et rapide d'utilisation. Pour la mise en place de votre application, il existe des professionnels dédiés à la création d'applications, qui vous accompagnent de A à Z dans l'élaboration, la mise en place et l'évolution de votre application. Ces professionnels vous proposent des solutions adaptés à vos besoins et à vos objectifs (recrutement, fidélisation, développement des ventes etc.)

La gamification par exemple, vous permet d'animer de façon simple et ludique votre audience tout en vous apportant des résultats concrets et mesurables. Vous engagez et fidélisez votre audience en boostant la viralité de vos campagnes grâce au jeu.

De même, il existe également des accélérateurs d'applications qui boostent votre application et développent la fidélité à la marque pour faire vivre et revenir vos clients sur l'application.

ComOnmarket a sélectionné plusieurs Experts dans le domaine de la Stratégie Mobile et notamment de l'Application, spécialistes de votre secteur d'activité.

**Pour disposer de conseils stratégiques et opérationnels adaptés à vos objectifs de digitalisation, consultez l'un de nos Experts.**

ComOnMarket - RCS Lille Métropole 815 138 821  
Les Miroirs du Lac – 377 Rue Jules Guesde - 59650 Villeneuve d'Ascq – France. Tel : +33 (0)359 560 359. [contact@comonmarket.com](mailto:contact@comonmarket.com)

