

# Investir dans le développement de son application mobile, une nécessité! Vraiment?

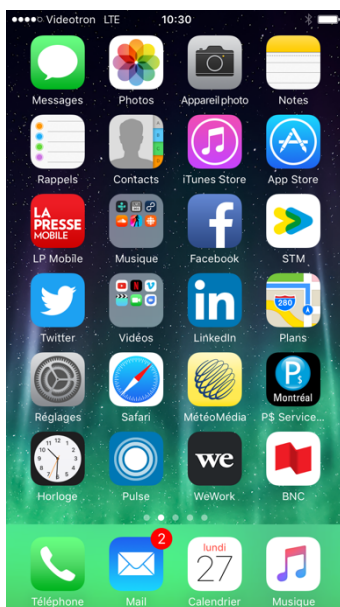
Par Benoit Perreault, le 4 mars 2017.

Depuis quelque temps, plusieurs de mes clients me demandent : qu'est-ce qui rend une application mobile un véritable succès? La question est évidemment pertinente puisque le mobile, avec 5 milliards d'utilisateurs dans le monde, est devenu la principale interface de livraison de produits et services en ligne.

Alors la question de fond est la suivante : qu'est-ce qui fait qu'une application mobile ressort du lot parmi les millions d'applications disponibles et devient incontournable auprès de milliers voir des millions de clients? À bien y réfléchir, trouver la réponse à cette question est probablement plus facile que vous ne le croyez et réside à mon avis sur la première page (votre écran de départ où se trouve vos applications les plus utilisées) de votre propre appareil mobile intelligent.

Par exemple, lorsque personnellement j'ouvre mon appareil, je retrouve plus d'une vingtaine applications dont les suivantes :

- Mail
- Calendrier
- iTunes
- Contacts
- Notes
- Appareil photo
- Photos
- Météomédia
- Application bancaire
- Facebook
- LinkedIn et Pulse
- La Presse
- Twitter
- Stationnement Montréal



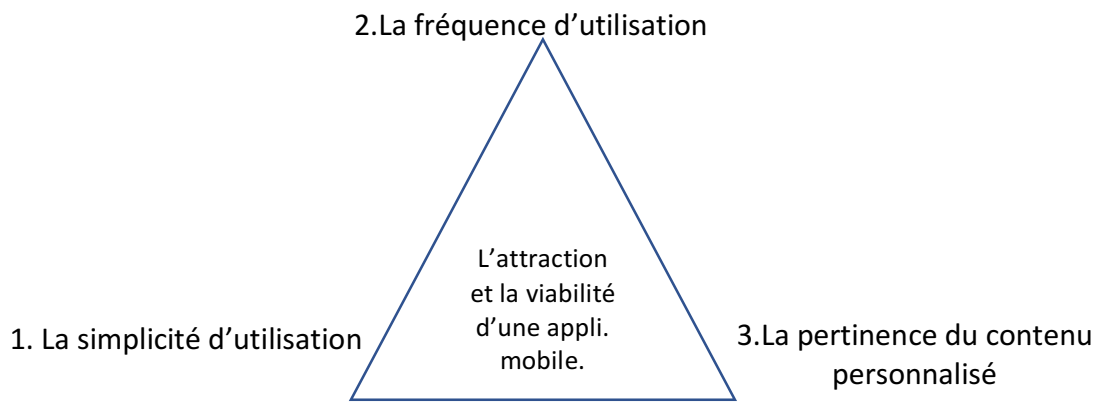
- L'App store
- iTunes store
- Plans et cartes routières
- Horaire STM

Lorsque je me pose la question : pourquoi ces applications sont apparues sur mon écran principal, je m'aperçois rapidement que je n'y jamais vraiment pensé. On dirait que cela s'est fait intuitivement, par la force des choses, à travers les mois et les années d'utilisation de l'appareil. Mais à bien y réfléchir, ces applications partagent plusieurs caractéristiques qui font qu'elles demeurent toujours sur mon écran principal :

1. L'utilisation quotidienne : je les utilise sur une base quotidienne et même plusieurs fois par jour. Que ce soit mon application bancaire, les titres des nouvelles récentes, ou ce que l'on dit sur ma dernière photo publiée sur Facebook, ces applications me permettent de retrouver ou d'échanger du contenu pertinent, personnalisé, tous les jours.
2. Pertinence : généralement, le contenu que je consulte m'est pertinent à moi, que ce soit mes états de compte, mon fil Twitter, ou ma météo locale, le contenu est personnalisé à mon contexte et à mes besoins.
3. La simplicité d'utilisation : les applications que j'utilise sont simples, voire presque dénudées de caractéristiques superflues. Que ce soit mon application bancaire ou météo média, elles réalisent 90% de mes besoins transactionnels ou informationnels avec une ergonomie esthétique et efficace.
4. Gratuit : ces applications sont généralement gratuites.
5. Mise à jour : elles sont constamment mises à jour avec de nouvelles fonctionnalités, du nouveau contenu quotidien ou un nouveau design.
6. Partage : plusieurs de ces applications (Facebook, LinkedIn, photos, etc.) permettent de partager facilement du contenu vers mes communautés d'intérêts (amis ou relations professionnelles).

Évidemment, d'autres applications apparaissent sur mon téléphone intelligent et ont aussi beaucoup de valeur à mes yeux, cependant leur utilisation non quotidienne explique probablement leur positionnement sur mon appareil. Ces applications (Booking.com, TripAdvisor, Weebly et autres) se retrouvent un peu dans un grenier pêle-mêle ou le classement est aléatoire. Leur utilisation peut également varier, par exemple pendant les quelques semaines de préparation et d'anticipation d'un voyage, j'irai fort probablement consulter Trip Advisor ou Booking.com plus qu'à l'habitude, et c'est pour cette raison que ces applications demeurent sur mon mobile.

En y réfléchissant bien, nous pouvons résumer à 3 critères clés qui déterminent l'attraction et la viabilité d'une application mobile :



**Figure 1** : Les 3 critères clés du succès d'une application mobile

1. La simplicité d'utilisation : il s'agit pour moi d'une variable discriminatoire ou de contrôle si vous voulez. C'est le prix d'entrée pour faire partie du palmarès de vos applications préférées. Si vous ne répondez pas à ce critère, votre application est éliminée de facto.
2. La fréquence d'utilisation : l'utilisation quotidienne ou quasi quotidienne est évidemment la résultante de la qualité du contenu que vous recherchez et est intimement reliée au critère no 3. La fréquence d'utilisation est donc une variable essentielle pour une application réussie.
3. La pertinence du contenu : si vous utilisez souvent l'application, c'est parce que le contenu vous intéresse, vous parle, vous interpelle. Un contenu pertinent et personnalisé devient le 3<sup>e</sup> critère de succès. C'est en quelque sorte l'aimant d'attraction vers l'application.

Si nous stipulons que le critère no 1 est une variable discriminatoire, nous pouvons donc représenter sur un tableau à quadrants les critères 2 et 3 et le positionnement des applications sur mon appareil mobile :



**Figure 2** : les quadrants positionnant l'attraction d'une application mobile. Les quadrants orange et jaune sont les positionnements à éviter.

En conclusion, investir ou ne pas investir dans le développement d'une application mobile demeure votre choix. Ce qui compte vraiment, c'est d'abord de bien gérer vos attentes en lien avec vos objectifs d'affaires. Merci de votre attention.

Pour me joindre :  
benoit.perreault@me.com  
C : (514) 513-0688  
benoitperreault.ca