

Comment lancer son application mobile avec succès ?

Vous êtes entrepreneur ? Maddyness vous a concocté un véritable kit des différentes étapes à suivre pour créer, faire grandir et même vendre votre startup. Dans cette fiche : quelques conseils pour lancer son application mobile avec succès.

Temps de lecture : minute

28 septembre 2020

Too Long Didn't Read ; Ce qu'il faut retenir

- Une élaboration technique rigoureuse, un vrai souci de la qualité et de l'expérience utilisateur, un travail d'optimisation ASO et des améliorations régulières pavent la voie d'un succès qui ne sera sans doute pas immédiat, mais plus solide et pérenne !
- Il est impératif que votre application réponde à un besoin utilisateur, rende un service ou régle un problème, soit innovante, se différencie de la concurrence, soit pratique, ergonomique et intuitive, affiche une technicité parfaite et soit satisfaisante sur le long terme.
- Une application mobile doit être rendue visible aux yeux des utilisateurs pour pouvoir être choisie, une appli propulsée dans les premières places est une appli que l'on télécharge plus naturellement. N'oubliez donc pas l'ASO (App Store Optimization).

Ne mégotez pas sur la préparation

En France, les utilisateurs ont installé en moyenne 90 applications sur leur téléphone. Des chiffres qui prouvent la (très) bonne santé du marché des

applications mobile. Et qui expliquent pourquoi tant de nouveaux acteurs ambitionnent de se lancer sur ce marché !

Or, à moins d'être déjà bien installé dans le paysage, il est rare que l'appli d'une entreprise connaisse un succès foudroyant. Même avec une communication bien préparée, des blogueurs mobilisés et des espaces publicitaires achetés à prix d'or, rien n'est gagné. Votre application risque de connaître les hauts et les bas qui secouent la plupart de ses contemporaines : un gros coup de boost au démarrage (l'attrait de la nouveauté !), un énorme coup de mou dans le creux de la vague (l'effet de surprise une fois passé), puis un rythme de croisière au ras du sol avec quelques palpitations au moment des mises à jour.

En matière d'app economy, les miracles sont peu fréquents. Il est quasiment impossible que votre startup lance le nouvel Instagram ou le nouveau WhatsApp. En revanche, une élaboration technique rigoureuse, un vrai souci de la qualité et de l'expérience utilisateur, un travail d'optimisation ASO et des améliorations régulières pavent la voie d'un succès qui ne sera sans doute pas immédiat, mais plus solide et pérenne !

> Une élaboration technique rigoureuse, un vrai souci de la qualité et de l'expérience utilisateur, un travail d'optimisation ASO et des améliorations régulières pavent la voie d'un succès qui ne sera sans doute pas immédiat, mais plus solide et pérenne !

Misez sur la qualité...

Pour que votre lancement soit réussi, il vous faut compter sur une application mobile de qualité. C'est sans doute une réflexion bateau à première vue, mais il est très facile de constater que nombre

d'occurrences disponibles sur les magasins d'apps ne respectent pas cette règle élémentaire.

Et pour être de qualité, une appli doit :

- Répondre à un besoin utilisateur, rendre un service, régler un problème (même futile : comment passer le temps pendant son voyage en train ?) ;
- Être innovante ;
- Se différencier de la concurrence ;
- Être pratique, ergonomique et intuitive ;
- Afficher une technicité parfaite (pas de bugs, pas de ralentissements) ;
- Être satisfaisante sur le long terme.

Cette application mobile doit pouvoir franchir toutes les étapes du processus de mise sur le marché : plaire aux utilisateurs tout de suite (26 % des applis sont abandonnées juste après leur première utilisation) et continuer à les satisfaire sur la durée, tout en générant des téléchargements en hausse. C'est essentiel, puisque les interactions avec les utilisateurs constituent les leviers de référencement d'application mobile les plus importants : les avis, les notes, les statistiques de téléchargement et d'installation font pleinement partie des critères ASO.

> Il est impératif que votre application réponde à un besoin utilisateur, rende un service ou règle un problème, soit innovante, se différencie de la concurrence, soit pratique, ergonomique et intuitive, affiche une technicité parfaite et soit satisfaisante sur le long terme.

... et le référencement !

L'ASO, justement, parlons-en. Comme tout produit, une application mobile doit être rendue visible aux yeux des utilisateurs pour pouvoir être

choisie. Et ce, quelles que soient ses qualités intrinsèques. À ce titre, l'ASO (App Store Optimization) fonctionne sur le modèle du référencement naturel, mais avec une orientation pro-appli. L'expression recouvre les différentes méthodes et techniques grâce auxquelles on optimise le positionnement d'une application sur les Google Play, App Store et autres Windows Store. Car une appli propulsée dans les premières places est une appli que l'on télécharge plus naturellement.

L'ASO fonctionne sur deux types de critères : les interactions avec les utilisateurs, comme vu précédemment ; et un ensemble de leviers orientés SEO. Quelques exemples :

- L'optimisation des mots-clés placés dans les champs pertinents : nom de l'application (affiché dans l'URL de la page de présentation), description (à condenser en quelques lignes) et keywords ;
- Le choix de la catégorie primaire et secondaire (en fonction des règles de chaque store);
- La mise à jour technique (une appli qui n'est jamais mise à jour perd de la visibilité, au même titre qu'une page web ancienne) ;
- L'autorité de l'entreprise qui édite et distribue l'application, en fonction de son e-réputation et de son référencement naturel.

Tels sont les leviers qui dépendent entièrement de vous, et doivent être actionnés en amont du lancement.

Pour autant, ne négligez pas l'aspect qualitatif de votre produit, qui fait également partie du référencement d'application mobile. Même si vous n'avez pas totalement le contrôle sur les réactions des utilisateurs, rien ne vous empêche d'être proactif dans la gestion des notes et des avis clients. Incitez les utilisateurs de votre réseau à laisser un commentaire, répondez dans les plus brefs délais aux avis négatifs pour montrer que vous prenez en compte les remarques (quand c'est possible, tous les magasins d'apps ne proposant pas cette fonctionnalité), et engagez les

utilisateurs pleinement satisfaits à jouer le rôle d'ambassadeurs de votre startup. L'ASO recouvre aussi tout le travail de relation client !

> Une application mobile doit être rendue visible aux yeux des utilisateurs pour pouvoir être choisie, une appli propulsée dans les premières places est une appli que l'on télécharge plus naturellement. N'oubliez donc pas l'ASO (App Store Optimization).

Finalement, la préparation technique de votre application (soin apporté à la qualité et travail de référencement ASO) est la condition *sine qua non* pour réussir son lancement, puis lui donner une chance de tenir la distance. Sachez en outre que les bienfaits d'une application bien référencée et bien accueillie vont au-delà d'un bon classement dans les magasins d'apps : c'est aussi une excellente manière de booster les performances de votre entreprise !

Article écrit par Antoine Garbay