

Lancer son application mobile : les étapes à ne pas louper

Vous êtes entrepreneur ? Maddyness vous a concocté un véritable kit des différentes étapes à suivre pour créer, faire grandir et même vendre votre startup. Du recrutement à la protection de votre marque en passant par le financement de votre innovation, vous retrouverez astuces et bonnes pratiques pour vous sortir de ce labyrinthe qu'est l'entrepreneuriat. Dans cette fiche : quelques conseils pour (enfin) lancer votre application avec succès.

Temps de lecture : minute

22 octobre 2020

Republication d'un article du 14 octobre 2019

Too Long Didn't Read : ce qu'il faut retenir

- intégrer des solutions analytiques pour pouvoir analyser les données de vos utilisateurs (taux de téléchargements actifs, flux, géolocalisation, temps...)
- créer une communauté de bêta-testeurs pour sortir une application de qualité et éviter le bad buzz
- établir et déployer une stratégie pré-lancement sur les réseaux sociaux
- toujours rester en lien avec sa communauté pour comprendre ses attentes et faire évoluer son application

Etablir une communauté de bêta-testeurs

Votre application est terminée (ou presque). Pour la tester en avant-première, créez une communauté de bêta-testeurs.

Lancez un appel sur les réseaux sociaux et auprès votre propre réseau pour bénéficier de leur retour d'expérience. Expliquez leur l'importance de leur retour et de leurs critiques. Utilisez ensuite ces informations pour faire évoluer votre modèle, corriger les bugs et même ajouter une fonctionnalité à laquelle vous n'aviez pas pensé. Cette communauté est d'autant plus importante que ses membres seront sans doute les premiers à venir télécharger votre produit car ils ont un véritable intérêt pour celui-ci.

La qualité..sinon rien !

Inutile de vous lancer si vous n'êtes pas certains à 100% de la qualité de votre application. En cas de doutes sur la pertinence de certaines fonctionnalités, attendez ! Sur 100 applications téléchargées, les Français n'en utilisent que 3 par jour et ils n'iront certainement pas choisir celles qui ne leur donnent pas entièrement satisfaction.

Pour être de qualité, une appli doit répondre à un besoin, être innovante et simple d'utilisation.

Votre 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 - chiffres Google) et continuer à les satisfaire sur la durée, tout en générant des téléchargements en hausse. Mettez également sur les deep linking,

c'est-à-dire, des liens qui permettent aux utilisateurs d'atterrir directement sur la page recherchée et non sur celle d'accueil.

Elaborer une stratégie marketing sur les réseaux sociaux

Il ne faut surtout pas attendre le lancement de l'application pour en parler. Au contraire même, une campagne en amont et un teasing permettront d'assurer des téléchargements dès sa sortie.

Vous devez créer une page ou un compte Twitter, Facebook, Instagram et même Pinterest suivant le secteur dans lequel vous opérez. En postant des messages sur votre application, n'oubliez pas d'ajouter un lien qui renverra vers une landing page qui leur donnera des informations et leur permettra de s'inscrire pour recevoir une notification dès sa sortie. Vous pouvez également mettre en ligne une vidéo d'utilisation.

Si vous avez déjà un site web pour votre entreprise, vous pouvez simplement créer une page dédiée sur le site.

Parler de votre application, pitchez-là partout

Ça y est, le moment tant attendu est arrivé. Ne soyez pas fébriles et parlez de votre application aux journalistes, à votre réseau et sur tous vos réseaux sociaux. C'est aussi le moment d'en appeler à la communauté de youtubeurs et d'influenceurs que vous avez pu fédérer avant le lancement.

Votre kit presse doit être envoyé quelques jours avant la sortie de

l'application pour laisser le temps aux journalistes de réagir.

Vous pouvez également recourir à la publicité payante, disponible sur certaines plateformes pour faire "remonter" votre application en tête.

Ne négligez pas l'avis de votre communauté et interagissez avec pour obtenir leur retour d'expérience et une bonne notation. Optez pour une communication subtile en commençant par leur demander si l'application leur plaît, s'ils ont des critiques et ensuite proposez leur de la noter.

Une stratégie ASO pour un bon référencement

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 plateformes de téléchargement.

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.

Gardez les yeux sur les chiffres et votre communauté

Pour établir le succès ou non de votre application, il faut vérifier quotidiennement si vous réussissez à obtenir les chiffres que vous vous étiez fixés. Utiliser et analyser les données comme le taux d'installation active ainsi que les notations et les critiques de vos utilisateurs. Vous pouvez également créer une alerte Google pour savoir ce qui est dit sur votre application et pouvoir y répondre rapidement.

N'oubliez pas de répondre aux critiques et aux interrogations et gardez toujours un lien avec vos utilisateurs en les informant des mises à jour et des nouvelles fonctionnalités que vous pourriez développer. Restez toujours à l'écoute de vos utilisateurs et de votre communauté car ils peuvent avoir d'excellentes idées à reprendre.

Une application n'est pas un simple outil à mettre dans les mains de vos clients pour leur faire plaisir. Pour vous démarquer des milliers d'applications qui foisonnent, vous devez proposer une véritable expérience à vos utilisateurs et vous adaptez à leurs besoins et leurs envies. Lancer son application nécessite de suivre quotidiennement les retours d'expérience et proposer le plus souvent possible des mises à jour.

Article écrit par Anne Taffin