InMobi : la consommation des mÃ©dias mobiles au quatriÃ¨me trimestre 2011
MobilitÃ©
PostÃ© par : JulieM
PubliÃ©e le : 13/3/2012 11:00:00

Le tÃ©lÃ©phone mobile dÃ©passe dÃ©sormais la tÃ©lÃ©vision en termes de temps : **les consommateurs consacrent 27% de leur temps mÃ©diatique aux tÃ©lÃ©phones mobiles** contre 22% sur la tÃ©lÃ©vision.

InMobi, plus grande rÃ©gie publicitaire mobile indÃ©pendante du monde, vient de publier les rÃ©sultats de son Ã©tude 2011 consacrÃ©e Ã la consommation des mÃ©dias mobiles dans le monde au quatriÃ¨me trimestre 2011.

Cette Ã©tude rÃ©vÃ¨le des donnÃ©es clÃ©s sur les tendances mondiales en matiÃ¨re de mÃ©dias mobiles, notamment l'influence de la publicitÃ© mobile sur les comportements d'achat des consommateurs et le m-commerce.

Voici une sÃ©lection des points-clÃ©s :

Les consommateurs ont passÃ© davantage de temps sur leur appareil mobile que devant la tÃ©lÃ©vision :

â¢ Les utilisateurs du web mobile ont consacrÃ© Ã la consultation de leur mobile 27 % du temps total qu'ils allouent aux mÃ©dias

â¢ La tÃ©lÃ©vision a fait l'objet de 22 % du temps qu'ils consacrent aux mÃ©dias

Les utilisateurs reconnaissent l'impact de la publicitÃ© mobile sur leurs modes de consommation et sur leur propension Ã rÃ©gler des achats via leur appareil mobile. Cette influence ne s'arrÃªte pas lÃ :

â¢ Les trois quarts d'entre eux comptent se lancer dans des activitÃ©s de commerce mobile ou Â« mCommerce Â» d'ici l'annÃ©e prochaine (76 %)

â¢ Ils sont 42 % Ã affirmer que la publicitÃ© mobile leur a ouvert les portes d'un nouvel univers

Voici quelques-unes des principales conclusions de l'Ã©tude d'InMobi sur la consommation des mÃ©dias mobiles :

MÃ©dias : les tendances phares

â¢ Chaque jour, les utilisateurs de l'Internet mobile passent sur leur mobile 27 % du temps total qu'ils consacrent aux mÃ©dias, contre 22 % pour la TV et 32 % sur Internet.

â¢ La disponibilitÃ©, la facilitÃ© d'utilisation et le respect de la vie privÃ©e sont les trois prÃ©requis incontournables pour proposer un service sur mobile.

â¢ Les rÃ©seaux sociaux, les loisirs et la recherche d'informations sont les trois principales activitÃ©s de consultation de mÃ©dias mobiles effectuÃ©es via un appareil mobile. Cette popularitÃ© devrait se confirmer dans les 12 prochains mois.

Tendances de la publicitÃ© et du commerce sur mobile

â¢ Les dÃ©cisions d'achat des utilisateurs d'appareils mobiles sont principalement motivÃ©es par les trois mÃ©dias suivants : l'Internet mobile, les ordinateurs et la TV.

â¢ 66 % des utilisateurs d'appareils mobiles apprÃ©cient autant la publicitÃ© lorsqu'elle est diffusÃ©e sur appareils mobiles qu'Ã la tÃ©lÃ©vision ou en ligne

â¢ GrÃ¢ce Ã la publicitÃ©, les appareils mobiles se sont imposÃ© comme un canal de vente viable puisque :

- 42 % des interrogÃ©s affirment que la publicitÃ© sur mobile leur a montrÃ© quelque chose de nouveau

- 23 % du panel estime que la publicitÃ© sur mobile fait Ã©conomiser temps et argent

- 14 % des personnes pensent que la publicitÃ© sur mobile les a poussÃ© Ã l'achat via leur mobile

Â« *Les appareils mobiles redÃ©finissent le paysage mÃ©diatique dans le monde entier* Â», a dÃ©clarÃ© **Naveen Tewari**, CEO d'**InMobi**. Â« *En 2012, ces tendances vont s'accÃ©lÃ©rer, dans la mesure oÃ¹ les consommateurs s'appuient de plus en plus sur leur appareil mobile. Si les opportunitÃ©s d'exploiter les mÃ©dias mobiles resteront lÃ©gion, les acteurs de l'industrie devront toutefois venir Ã bout de certaines difficultÃ©s et trancher certains points, afin de pouvoir rÃ©pondre aux attentes des clients qui vont aller crescendo* Â».