

**Mobilité : Téléchargement d'applications sur mobile, la Galaxie**

**Mobilité**

Posté par : JulieM

Publié le : 3/9/2012 13:30:00

Les utilisateurs de Smartphones et de tablettes continuent de pâtir des vitesses de **téléchargement très lentes sur le web mobile** à une nouvelle étude de Keynote fournit des renseignements utiles sur son utilisation

Une nouvelle étude auprès des utilisateurs de Smartphones et de tablettes met en lumière leurs attentes, leurs préférences et leurs « bêtes noires » en matière de navigation ; les attentes se sont considérablement renforcées en termes de performances de téléchargement

Les résultats montrent que de nombreux efforts doivent encore être faits pour offrir aux utilisateurs des performances satisfaisantes en termes de web mobile ; ce qui engendre des implications importantes pour les responsables de sites Internet

Environ 50% des personnes interrogées attendent d'un site web que celui-ci se charge en moins de deux secondes, 6 utilisateurs sur 10 souhaiteraient voir une page s'afficher en trois secondes sur tablette. Dans le même ordre d'idée, deux-tiers des sondés attendent de leur Smartphone que celui-ci charge une page mobile en moins de 4 secondes



**Keynote Competitive Research**, le groupe d'analyse sectorielle de Keynote Systems, a communiqué les résultats de son étude concernant l'utilisation des appareils mobiles aux Etats-Unis, qui a permis de recueillir des renseignements précieux sur les raisons et les façons dont les consommateurs tirent profit de leurs Smartphones et tablettes. Le groupe Keynote Competitive Research a réalisé cette enquête en ligne sur l'année 2012, à laquelle ont pris part 5000 personnes adultes résidant aux USA (méthodologie présentée ci-dessous).

Cette étude a été réalisée à l'aide de Keynote WebEffective, un outil d'étude marketing en ligne permettant de mesurer et d'analyser l'expérience des consommateurs lors de l'utilisation de sites Internet sur ordinateurs, Smartphones et tablettes. Dans l'ensemble, l'étude a révélé que même si les attentes varient en fonction de la plateforme utilisée (ordinateurs, Smartphones ou tablettes), celles-ci vont assurément dans le sens d'un niveau d'exigence toujours accru. En bref, les attentes des utilisateurs, quel que

soit l'appareil employé, sont tournés vers une accélération des performances. De nombreux sites, en particulier dans le cas des Smartphones et des tablettes, restent très lents et désolent leurs utilisateurs.

**Conclusion :** l'étude de Keynote démontre que l'écart entre les attentes et la réalité en termes de performance est considérablement creusé sur toutes les plateformes, et que les fournisseurs continuent d'ignorer ou sont incapables de répondre à cette demande croissante de performances ultra-rapides.

**Ce que l'étude de Keynote révèle :** Frustrations autour du web mobile

Interrogés au sujet de leurs éventuelles déceptions avec le web mobile au cours des deux derniers mois, deux-tiers des utilisateurs de Smartphones déclarent que « le chargement des pages web est lent ». Comme deuxième point le plus souvent cité, presque la moitié des participants ont parlé des « sites web non-optimisés pour Smartphones »

Les attentes en matière de Smartphones, de tablettes et de PC

60% des utilisateurs de tablettes souhaiteraient attendre moins de trois secondes pour accéder à un site Internet, alors que 48% des utilisateurs du web sur PC aimeraient bénéficier de vitesse de chargement inférieures à deux secondes

Les attentes des utilisateurs de Smartphones sont également très élevées, 64% d'entre eux souhaitant qu'un site web puisse se charger en quatre secondes et 82% des interrogés n'acceptant pas de patienter plus de cinq secondes pour le chargement d'un site web mobile. Lorsque l'on compare ces attentes à la réalité, tout comme l'illustrent clairement les indices de performance de Keynote, nous comprenons facilement pourquoi ces temps de chargement restent un problème courant

Les marques devraient prendre garde : 16% des utilisateurs de terminaux mobiles ne reviendront pas ou n'attendront pas que votre page se charge si ceci prend trop de temps, et 6% se rendront alors sur un site web concurrent

**Les habitudes des consommateurs sur Smartphones et tablettes**

29% des interrogés passent au moins 1 à 2 heures à surfer sur Internet depuis leur Smartphone, une durée de connexion également constatée chez 37% des utilisateurs de tablettes

Les cinq principales activités sur Smartphone sont : la consultation d'informations locales, telles que des cartes et des lieux d'événements (88%), la recherche d'informations générales, (82%), l'utilisation des réseaux sociaux (76%), la consultation de l'actualité et les divertissements (75%) et la recherche de services localisés, tels que des distributeurs automatiques d'argent ou des magasins (74%)

L'utilisation des tablettes témoigne quant à elle d'un profil relativement différent. L'actualité et les divertissements occupent la première place (79%), suivis par la recherche d'informations (77%), la lecture de vidéos (76%), la consultation d'informations locales (75%) et la participation aux réseaux sociaux (75%), forment le top cinq des activités sur tablette. Autre constatation : les utilisateurs de tablettes sont moins enclins à effectuer des opérations bancaires, comparé aux utilisateurs de Smartphones (50% contre 56%), mais ils sont plus nombreux à acheter en ligne (62% contre 47%) ou à réserver des voyages (41% contre 29%)

« Cette étude révèle qu'une majorité des utilisateurs de terminaux mobiles

consomment des informations à l'aide de leurs explorateurs mobiles partout où ils vont, et utilisent fréquemment des applications mobiles afin d'exécuter des tâches personnelles (emails, opérations bancaires, etc.) depuis leur Smartphone ou leur tablette », déclare **Don Aoki**, Vice-président du département Services professionnels chez **Keynote**. « Les consommateurs mobiles ont plusieurs options pour accéder et consommer leur contenu numérique. Les marques doivent présentement veiller à intégrer et à développer des stratégies mobiles spécifiques aux différents types d'appareils mobiles, et à valuer l'expérience des utilisateurs de Smartphones et de tablettes à l'aide d'outils d'analyse en ligne tels que *Keynote WebEffective*. »

**[Pour consulter tous les résultats de l'enquête.](#)**