MobilitÃ© : Evolution du marchÃ© des Smartphones.
MobilitÃ©
PostÃ© par : JulieM
PubliÃ©e le : 21/9/2012 13:30:00

Dans sa derniÃ¨re Ã©tude - menÃ©e dans 71 pays Ã travers le monde -**BuzzCity** a dÃ©montrÃ© que la moitiÃ© de la population surfait sur l'Internet mobile via leur Smartphone.

Ce changement de comportement est dÃ» en grande partie Ã la baisse de tarifs des devises et des forfaits internet. Cette nouvelle tendance n'est pas sans consÃ©quence pour les fabricants de mobiles ; ils doivent faire preuve d'imagination pour ne pas Ãªtre en concurrence uniquement sur leurs tarifs.

DonnÃ©es dÃ©mographiques :

Tout d'abord il faut savoir que 45% des utilisateurs de tÃ©lÃ©phones mobiles les utilisent pour rester connectÃ©s avec des amis, pour consulter les sites d'informations et pour accÃ©der aux diffÃ©rents divertissements qu'ils peuvent trouver (jeux, musique, actualitÃ©, etc)

Dans certains pays, le taux de pÃ©nÃ©tration des smartphones est de 90% ou plus.

Ci-dessous, la liste des dix meilleurs pays :

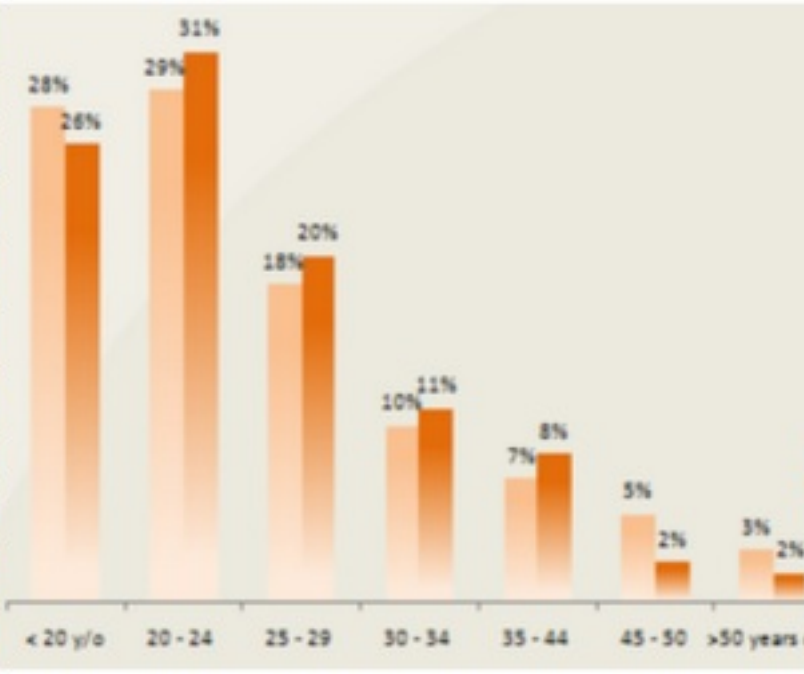
Certains des marchÃ©s les plus consÃ©quents pour BuzzCity comme l'Inde ou l'IndonÃ©sie, sont absents de cette liste. Cela s'explique par le fait que le taux de pÃ©nÃ©tration des smartphones est aux alentours de 20%.

BuzzCity constate Ã©galement que les plus gros utilisateurs de smartphones sont les 20-30 ans. En effet, 62% d'entre eux les utilisent contre 57% en 2011.

Les comportements hommes/femmes changent aussi trÃ¨s rapidement. BuzzCity constate aux travers de ces diffÃ©rentes Ã©tudes que les hommes surfent gÃ©nÃ©ralement plus que les

femmes. NÃ©anmoins, sur des marchÃ©s comme l'Afrique du Sud et la ThaÃ¯lande, lÃ oÃ¹ les forfaits data sont moins onÃ©reux, nous trouvons d'avantage de femme utilisant Internet.

Smartphone Penetration (Jul '12)		
1	Saudi Arabia	94%
2	United Kingdom	90%
3	Spain	88%
4	China	87%
5	Singapore	80%
6	France	77%
7	Germany	67%
8	United States	63%
9	Mexico	57%
10	Turkey	55%



Nous constatons aussi qu'en Afrique du Sud, les femmes sont plus nombreuses que les hommes Ã surfer sur Internet (53% des femmes contre 47% des hommes).

ConsÃ©quences de ces donnÃ©es :

Les Smartphones risquent de devenir uniquement Â« une matiÃ¨re premiÃ¨re Â». Les utilisateurs de Smartphones sont nombreux Ã dire que les caractÃ©ristiques d'un HTC, d'un Nokia, d'un Samsung ou mÃªme d'un Iphone sont fondamentalement les mÃªmes - en particulier pour les tÃ©lÃ©phones au sein de la mÃªme gamme de prix. De toute Ã©vidence, les diffÃ©rents systÃ¨mes d'exploitation ont peu ou pas d'effet sur le consommateur.

Les constructeurs de Smartphones sont prÃªts Ã Ã©viter une concurrence sur les prix - ce scÃ©nario n'est pas forcÃ©ment celui qui tire le marchÃ© vers le haut - ils ont nÃ©anmoins besoin de se diffÃ©rencier en se concentrant sur les services de contenu.

BuzzCity constate, que les utilisateurs de Smartphones sont nombreux Ã aimer les divertissements tels que la musique, les photos, les vidÃ©os, les applications proposant du contenu multimÃ©dia.

Le Smartphone doit donc Ãªtre en mesure de proposer des services Ã l'instar de ceux mis en place par Amazone il y a quelques annÃ©es : dÃ©livrer du contenu multimÃ©dia comme des vidÃ©os, la mise en place d'une bibliothÃ¨que, etc.

La clÃ© reste avant tout la simplicitÃ© d'utilisation et l'offre prÃ©cise et clair que mettra en avant le Smartphone.