

Fonctionnalités, fiabilité et performances : les 3 piliers d'adoption des apps.
Mobilité

Posté par : JulieM

Publié le : 21/3/2013 13:00:00

Compuware Corporation, le spécialiste des performances IT, publie les résultats d'une étude portant sur **les attentes des consommateurs en matière d'utilisation de leur Smartphone** et des applications mobiles.

Selon les résultats du sondage, le téléphone mobile, et plus récemment la tablette, sont soumis à des contraintes d'exigence particulièrement fortes de la part de leurs utilisateurs.

Les applications, au cœur de l'usage des appareils mobiles



L'étude, menée auprès de 3 534 utilisateurs à travers le monde, révèle sans surprise que les applications natives sont préférées par la majorité des consommateurs, et que 64% du temps d'utilisation des appareils mobiles sont consacrés à l'utilisation des applications. Le tiers restant étant utilisé sur le navigateur et pour téléphoner.

Ainsi, les consommateurs sont 85% à déclarer préférer utiliser une application mobile plutôt qu'un site mobile. Les raisons les plus souvent citées étant leur rapidité, leur ergonomie et leur navigabilité adaptées à la taille d'écran, et enfin leur capacité à s'appuyer sur les fonctions natives des appareils concernés.

Conçues comme telles, les apps mobiles sont d'ailleurs pensées pour faciliter la vie des utilisateurs tant dans la sphère privée (calendrier, paiement de factures, services bancaires, réservation d'hôtels, jeux...) que professionnelle (outils collaboratifs, mails...). Et font du téléphone portable un lien permanent entre la maison et le bureau.

Apps Stores, un critère d'achat ?

Au-delà du système d'exploitation en lui-même, la densité des stores dédiées au téléchargement et à l'achat d'applications de chaque OS est sans aucun doute un facteur déterminant dans le choix d'un appareil. Ainsi, 78% des personnes interrogées déclarent qu'elles comptent sur les applications pour bénéficier d'une expérience plus simple et plus

rapide qu'avec un site mobile.

Résultat : les courbes parlent d'elles-mêmes. Ce n'est pas un hasard si iOS et Android sont en tête des ventes depuis plusieurs années : au total, l'Apple Store propose en effet près de 700 000 applications à télécharger, tandis que Google Play (ex-AndroidMarket) en liste plus de 500 000. En parallèle, les BlackBerry World (le store de RIM pour les applications BlackBerry) et Windows Phone Marketplace font pâle figure, et n'en dénombrent respectivement qu'une petite centaine de milliers chacun.

Les apps : une arme à double tranchant

Autant dire que pour les arrivants annoncés sur le marché, tels que la Fondation Mozilla avec Firefox OS, Samsung avec Tizen et Canonical avec Ubuntu Mobile, la bataille des apps sera sans merci. Et la capacité de chacun à développer son store influera sur la survie de son système à long terme. A moins que l'HTML5 ne vienne concilier tout le monde plus tôt que prévu, en remplaçant le navigateur au cœur de l'expérience mobile.

En attendant, il convient de rester prudent. Car si les consommateurs pénalisent les applications, ils sont aussi très nombreux à constater de graves imperfections. Selon l'étude, 62% d'entre eux ont ainsi déjà observé des erreurs et des arrêts inopinés, 47% des ralentissements et 40% un refus d'ouverture pur et simple des applications.

Auquel cas, le couperet tombe immédiatement, par le biais des avis et notations laissés par les Mobinautes sur les stores. Il faut savoir que pour 84% des répondants, ces notations influencent le choix ou non d'acheter ou de télécharger une application. A ce titre, les éditeurs d'apps doivent impérativement prendre conscience que la fiabilité et les performances comptent parmi les critères les plus essentiels pour les usagers, et les prendre en compte dès la conception et tout au long du cycle de vie de leurs apps.