



Plan du cours

1. Application mobile et expérience utilisateur
2. La vision dans l'art d'entreprendre
3. Comprendre le fonctionnement d'une application (internaliser ou externaliser?)
4. Comment choisir et manager son prestataire?
5. Application mobile et technologies (cas pratique : centre commercial)
6. UX
- 7. Business model et application mobile**
8. Stratégie et futur de la publicité



La publicité sur mobile

- Vendre des espaces publicitaires sous la forme d'images de vidéo à des annonceurs
- intégrer de manière publicitaire sur son application pour rediriger les utilisateurs vers des sites des annonceurs. Si c'était une action, le créateur de l'application reçoit une commission



Jeter le téléphone

par laoweh

START

RANG

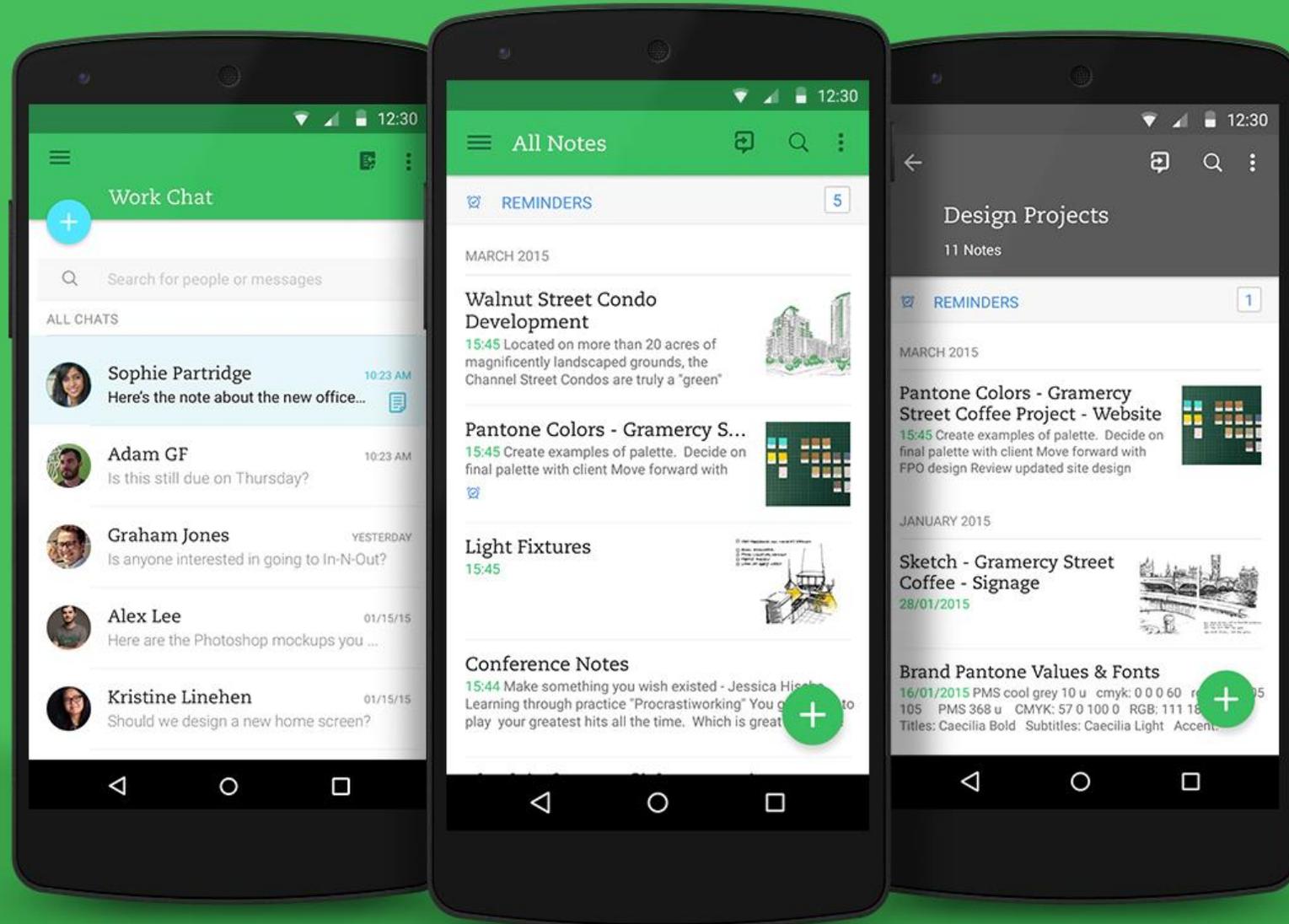
**GUIDE DE
DÉPART
RAPIDE**





Freemium

- Utilisateur prêt à payer pour une utilisation plus poussée de votre application
- 2 % des utilisateurs vont vers la version payante
- Représentent 97 % des recettes générées actuellement sur App Store
- seulement 65 % il y a trois ans





Achat in app purchase achat intégré

- Le modèle intégré propose d'emblée l'intégration de mutilations du service
- Notion de gaming très présente dans ce type de business model
- Vous pouvez envisager séduire 1,5 % des utilisateurs en moyenne



37

VIP : 2

966,792,038



0/6



Build two Farms



24 13 0111



Talents



Quests



Alliance



Items



Mail



Kingdom

Player#178283d5d:怎么知道。谁能介绍能做
Player#178283d5d:what is



Le téléchargement payant

- 30 % de commissions prélevées par les stores sur chaque vente
- Une appli payante à 10 fois moins de chances de télécharger qu'une gratuite
- 20 % d'entre elles ont été téléchargé plus de 100 fois
- Représentent 2 % des applications sur Google Play





Le sponsoring

- Un annonceur paye l'application pour avoir le monopole de visibilité sur l'ensemble des bannières publicitaires de l'application mobile



Marque



- Modèle utilisé par les entreprises dans le but d'obtenir des avantages liés à la réputation, par exemple, l'amélioration de leur image de marque.
- Téléchargement gratuit



LE TRADUCTEUR QUI CONNECTE LES GÉNÉRATIONS

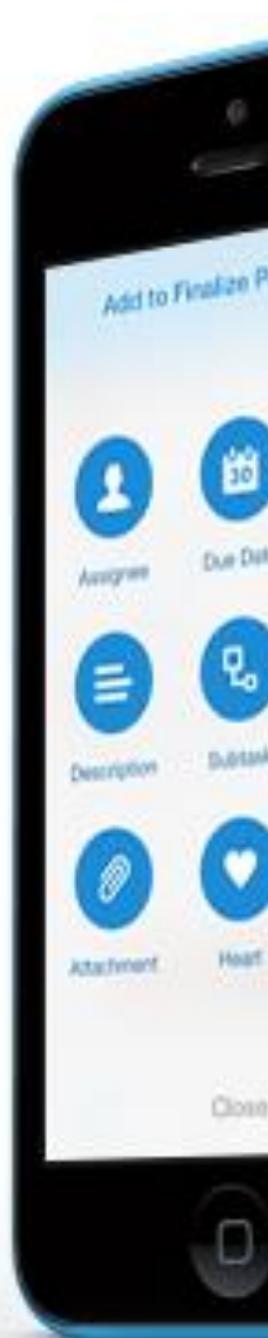
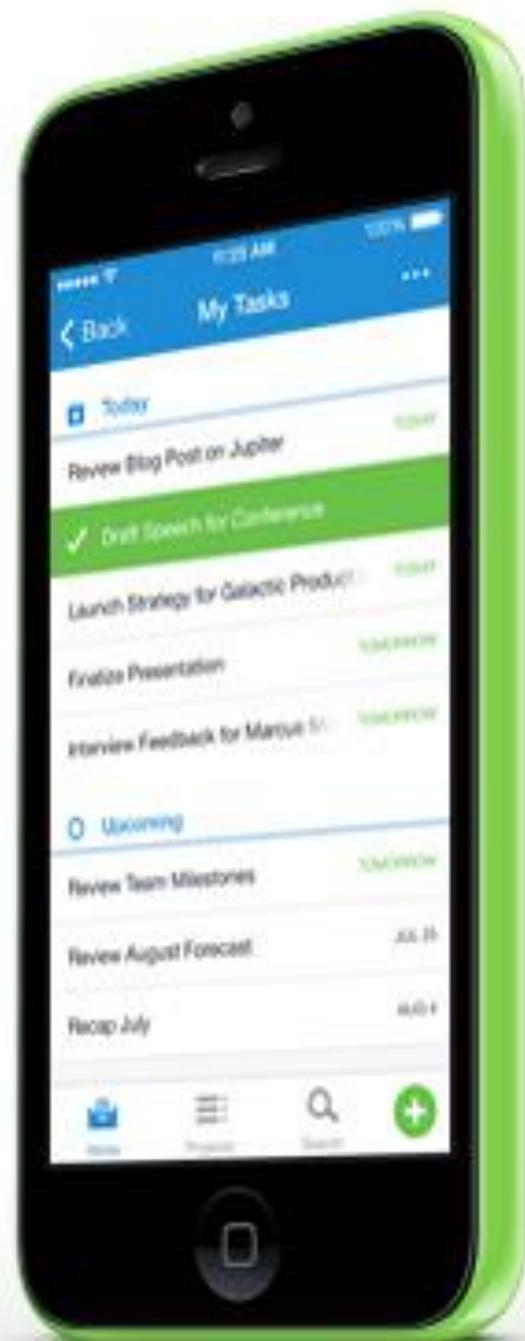
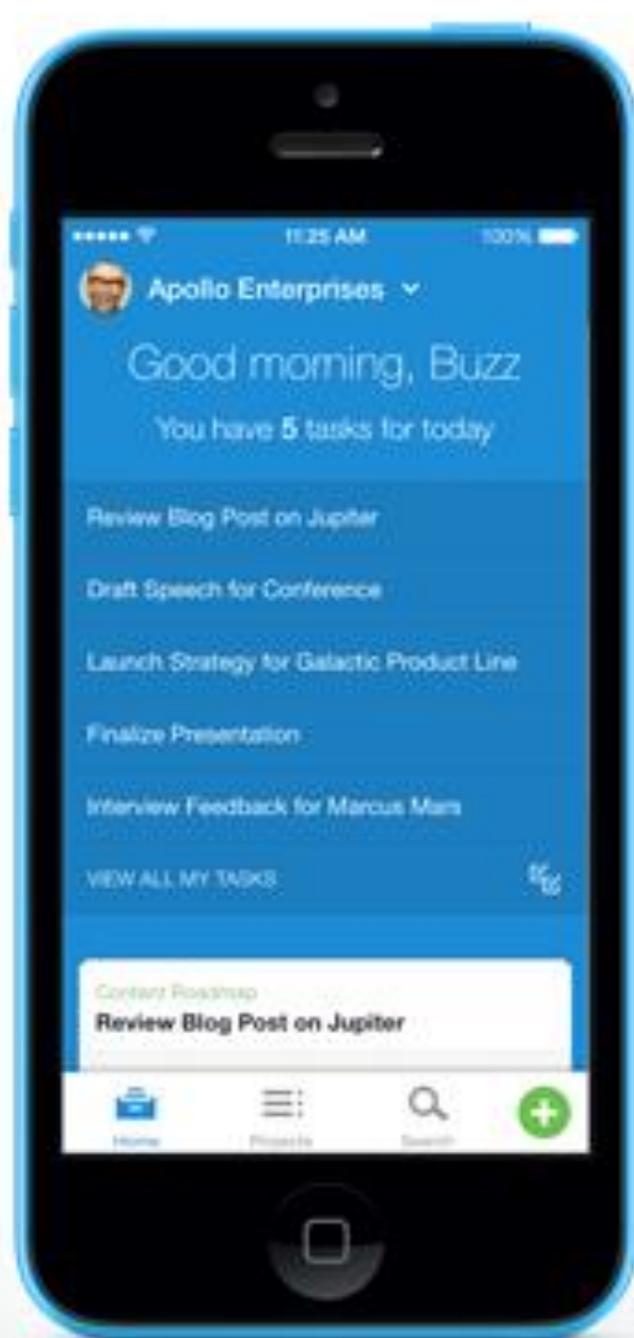
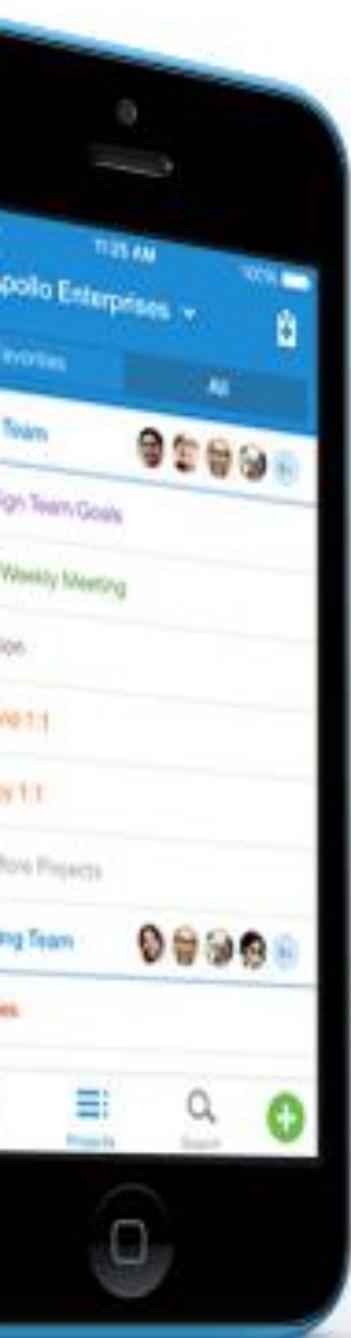
*Grand'Mère traduit





Partie du service

- De nombreuses entreprises choisissent ce type de modèle pour dynamiser leur activité. L'application est proposée dans le cadre d'un service plus complet avec pour objectif d'optimiser sa performance. Facultative et gratuite pour les utilisateurs, elle permet l'entreprise de générer plus de revenus.





Chiffres clés

- Comptez 0,37 € par téléchargement
- Attention : téléchargement différent d'inscription
- La publicité sur d'autres applications mobiles coûtera environ 1,8 euros par installation
- Vous pouvez espérer conserver 50 % de vos utilisateurs après un mois d'utilisation
- 43 % au deuxième mois
- 35 % au bout du troisième mois
- La fréquence d'utilisation de l'application diminue avec le temps
- En moyenne vos utilisateurs interagissent 13 fois par semaine avec l'application
- Totaliser 4,1 minutes d'utilisation
- Pour une tablette 1,5 ouverture par semaine pour un total 8,2 minutes
- On calcule le revenu mensuel moyen généré par un utilisateur
- 2,2 euros est une très bonne moyenne pour un jeu mobile



- ARPU (average revenu per user) peut ainsi atteindre 5 à 10 \$ pour les très bonnes applications
- Certains jeux comme Candy crush ou clash of clan génèrent ainsi des revenus dépassant le million de dollars par jour

L'avenir vous appartient !

N'oubliez pas, rien n'est impossible

Fort de plusieurs années d'expérience dans la domaines de la gestion de projet et de la création d'entreprises, nos formations sont adaptées en fonction des besoins spécifiques de chaque individu. N'oubliez surtout pas, l'avenir vous appartient! ... '> ...

[Lire la suite](#)



Domaines d'intervention



CONSEIL / AUDIT

L'expérience acquise dans la gestion de projets grands comptes nous permet de vous proposer nos services pour optimiser votre temps de travail et améliorer l'organisation et l'efficacité de votre entreprise.



FORMATIONS

Fort d'une double expérience en gestion de projets et en création d'entreprises innovantes nous sommes en mesure de vous proposer des formations dans des domaines très divers. N'hésitez pas à consulter notre catalogue!

Business Model





Un modèle quoi?

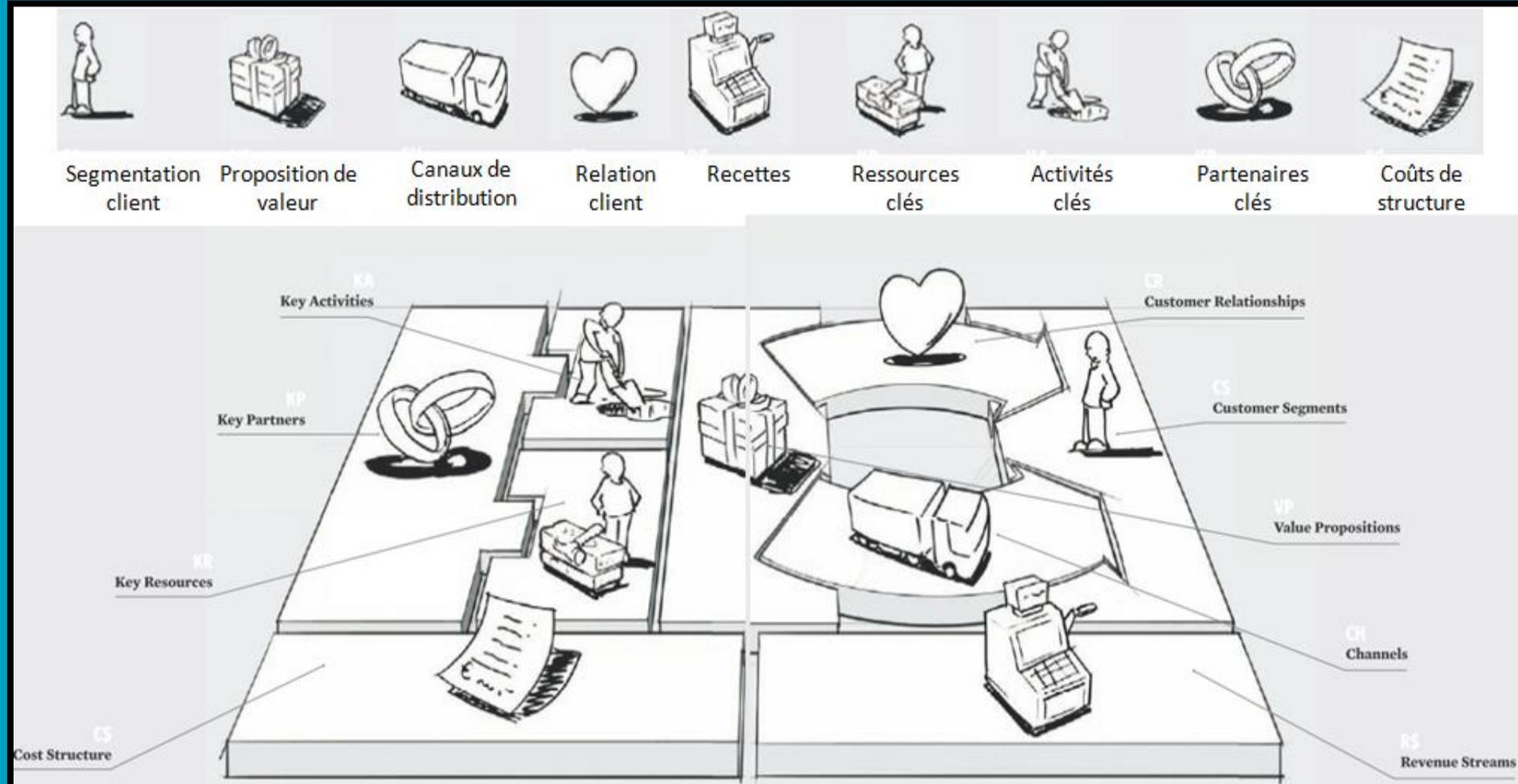
Cette partie a pour finalité de démontrer la capacité de l'entreprise à créer de la valeur par son activité, à générer un chiffre d'affaires important et une forte rentabilité.

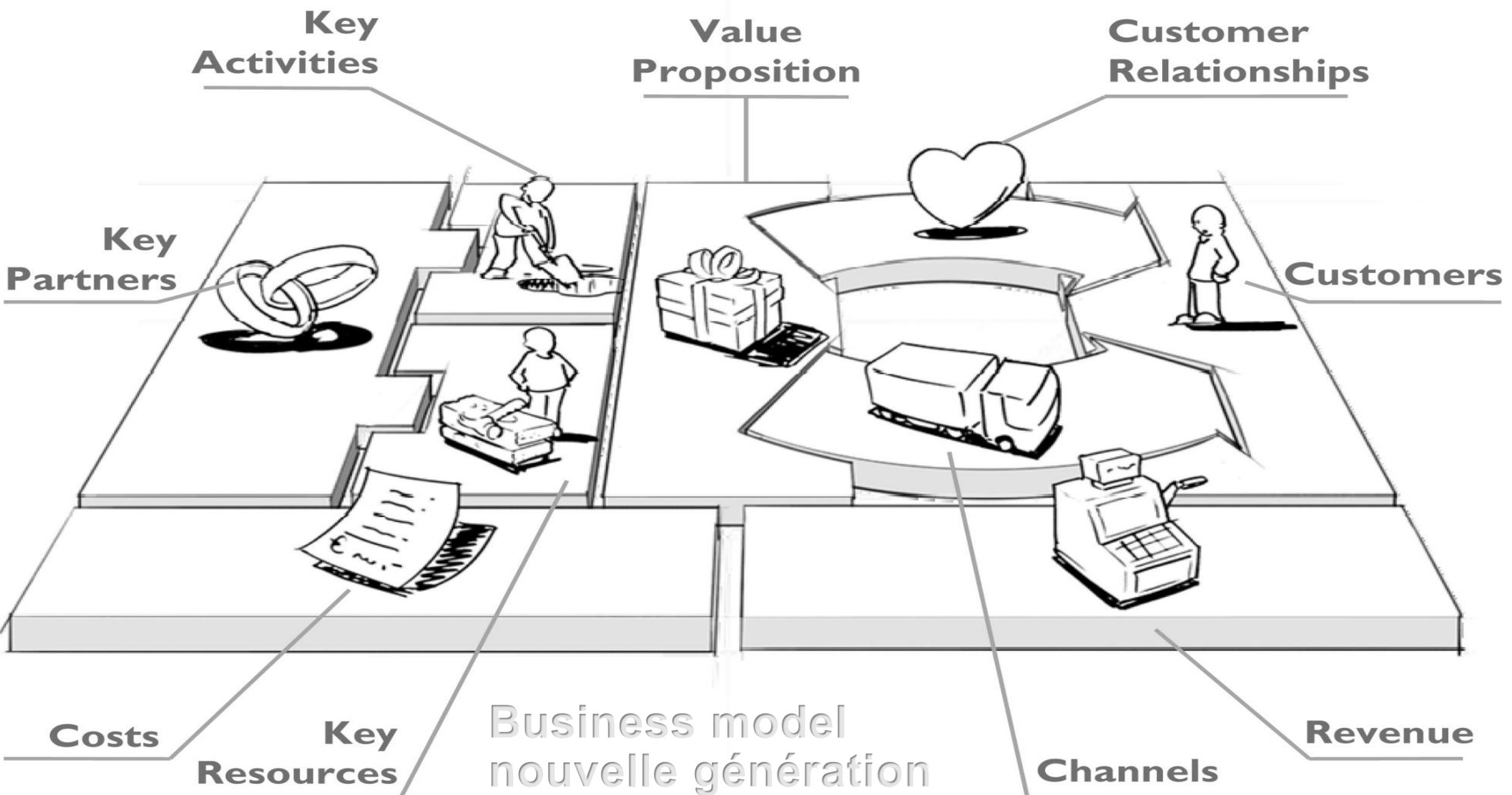
- Les sources de revenus de l'entreprise
- Les canaux de distribution
- La politique de prix : prix de vente des produits ou services
- La stratégie commerciale



Le Business Model Nouvelle Génération

- Alexandre Osterwalder et Yves Pigneur + 470 professionnels
- Le Business model est un « outil décrivant les principes sur lesquels une organisation crée, délivre et capture de la valeur »
- Divisé en 9 Blocs





PC



AC

IR

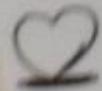
design
appareils

PV



RR

lovenmark



SC



maisons
de disques

marketing

coûts
changement

marché de
masse

OEM

RH

marque
Apple

expérience
musicale
fluide

distributeurs

contenus
et contrats

iPod

magasins
Apple

apple.com

logiciel
iTunes

iTunes
store

CE



RE



RH

fabrication

marketing
et ventes

bcp revenus
matériel

qqs revenus
musique

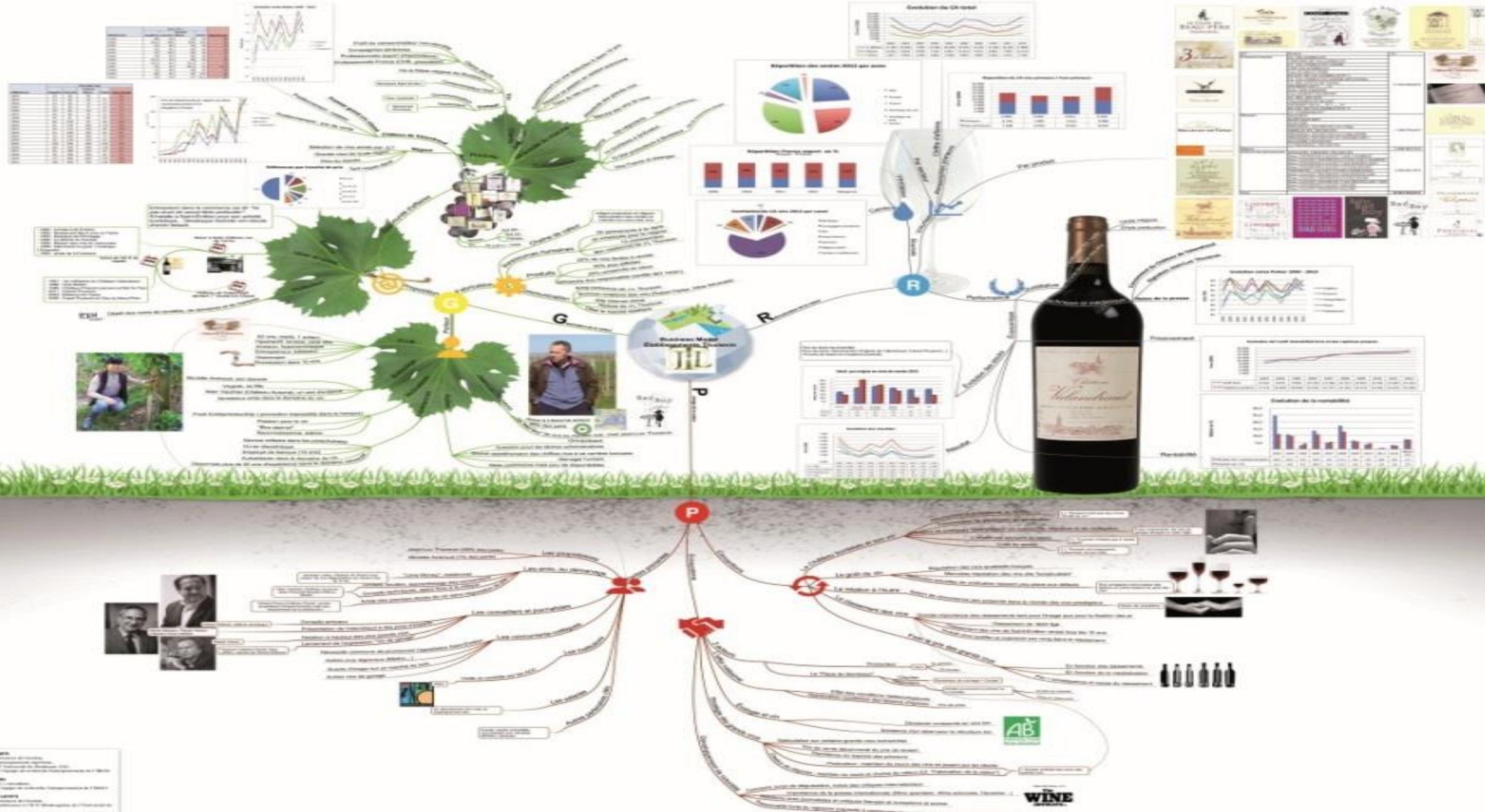


Le Modèle GRP

- Thierry Verstraete et Estelle Jouissons-Lafitte
- Le Business Model est « une représentation partagée relative à la génération de la valeur, à la rémunération de la valeur et au partage de la valeur. »

- Organisé en 3 catégories

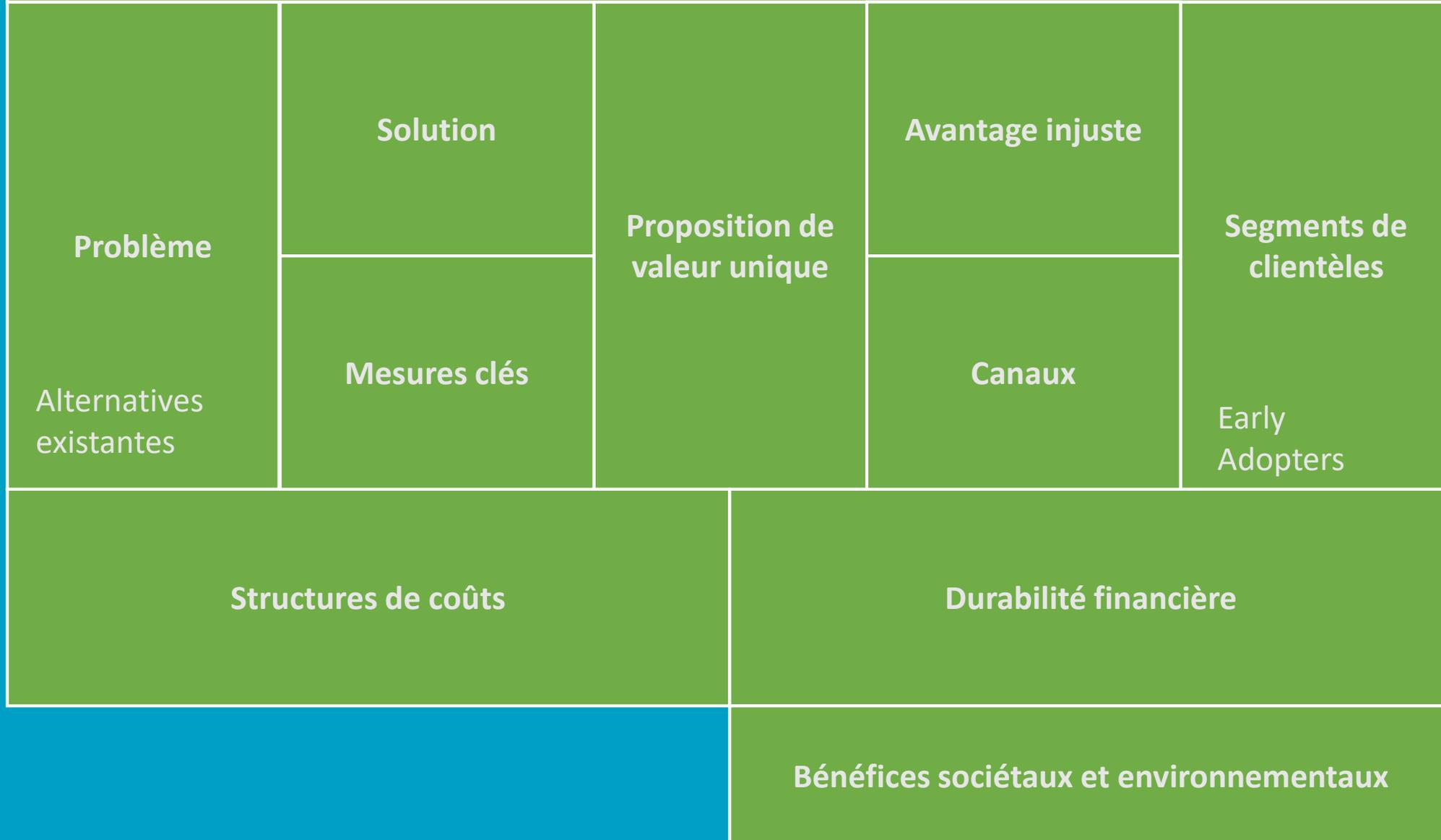
Génération de la valeur	Rémunération de la valeur	Partage de la valeur
Le(s) porteur(s) de projet <i>Expérience et parcours</i> <i>Profil</i> <i>Motivations</i> <i>Entourage</i> <i>Equipe</i> <i>Etc.</i> 	Les sources de revenus <i>Canaux</i> <i>Activités</i> <i>Clients</i> <i>Etc.</i> 	Les parties prenantes <i>Identification</i> <i>Attentes</i> <i>Apports</i> <i>Attitude</i> <i>Pouvoir</i> <i>Etc.</i> 
La proposition de valeur <i>Idée (source, mise au point, protection)</i> <i>Opportunités d'affaires</i> <i>(attractivité du marché, cible, Concurrence, ambition)</i> <i>Etc.</i> 	Le volume des revenus <i>CA</i> <i>CA par source de rémunération</i> <i>Capacité à produire le CA</i> <i>Part de marché</i> <i>Etc.</i> 	Les conventions <i>De la situation</i> <i>Du secteur</i> <i>Du métier des partenaires</i> <i>Du territoire</i> <i>Etc.</i> 
La fabrication de la valeur <i>Identifier les ressources</i> <i>Agencer les ressources</i> <i>Délivrer la valeur</i> 	Les performances <i>Performances financières</i> <i>Performances non financières</i> 	L'écosystème <i>Architecture de la valeur</i> <i>Les dimensions de l'écosystème</i> 

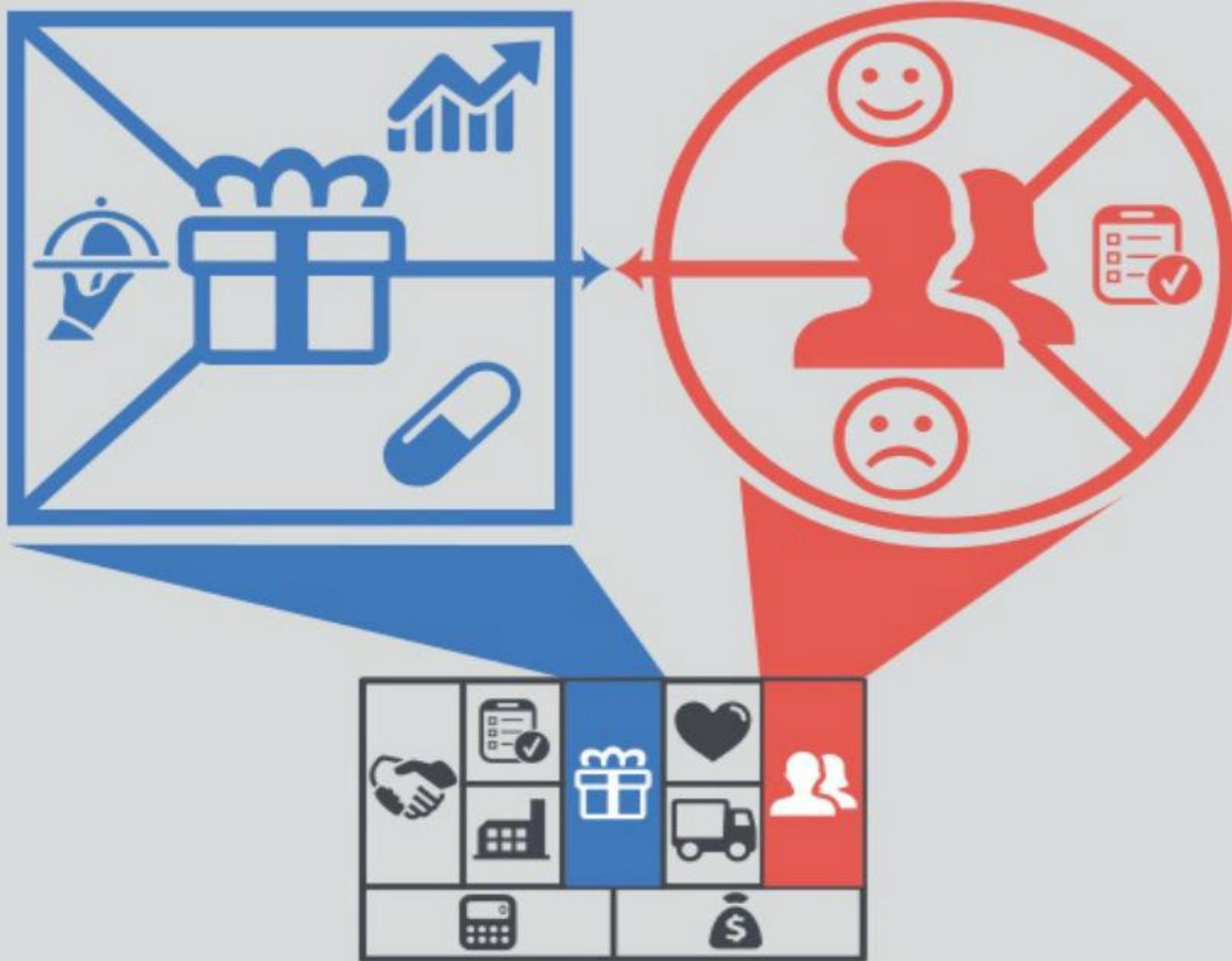


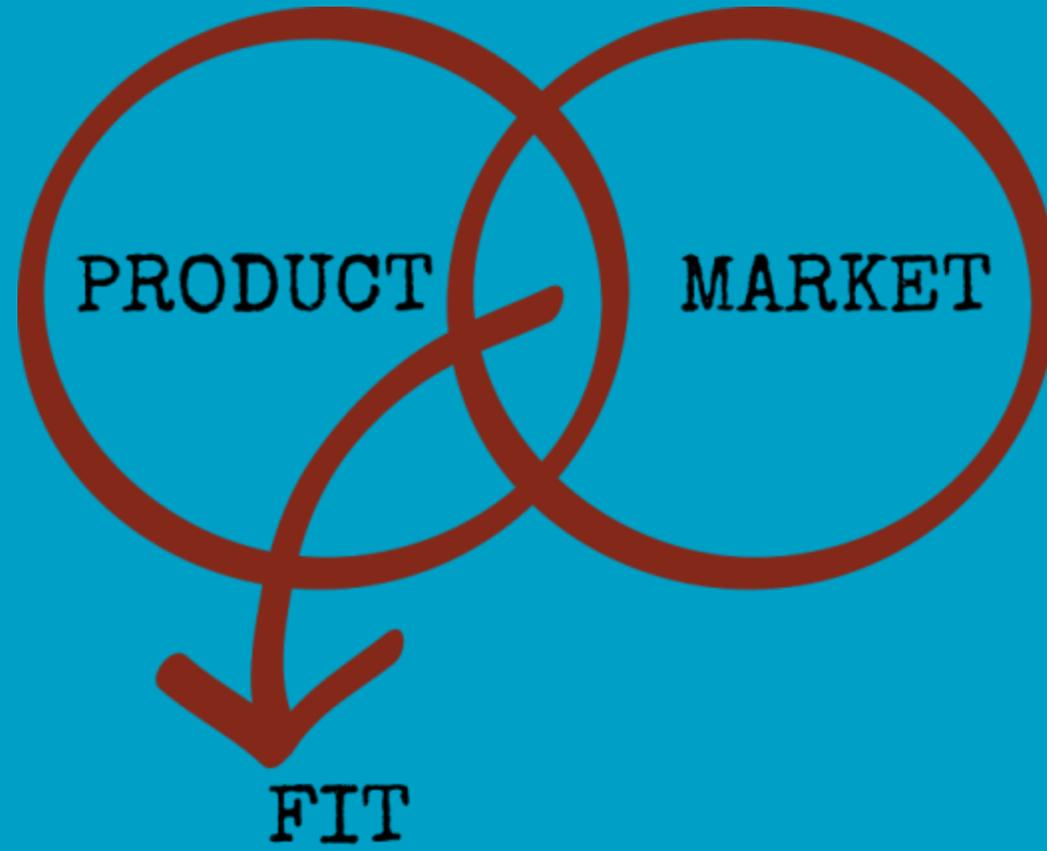
Modèle GRP des établissements Thunevins



Objectif, raison majeure









Etre présent sur le bon marché avec un produit capable de satisfaire ce marché



- **Le taux de conversion** : le PMF est atteint si les prospects se transforment en clients, en utilisateurs, en abonnés. Cela signifie que le produit répond à une véritable problématique, qui justifie son prix ;
- **L'intérêt porté au produit (ou au service)** : le lancement de votre offre provoque de nombreuses réactions (positives ou négatives). L'absence de réactions traduit une faible adéquation du produit avec le marché, qui n'en a pas besoin ;
- **Le phénomène de bouche-à-oreille** : lorsque le **PMF** est atteint, la vague de réactions est généralement suivie d'un phénomène de bouche-à-oreille autour du produit. Satisfaits, les utilisateurs le recommandent à leur entourage et créent ainsi la forme de marketing la plus efficace.



Plan du cours

1. Application mobile et expérience utilisateur
2. La vision dans l'art d'entreprendre
3. Comprendre le fonctionnement d'une application (internaliser ou externaliser?)
4. Comment choisir et manager son prestataire?
5. Application mobile et technologies (cas pratique : centre commercial)
6. UX
7. Business model et application mobile
- 8. Stratégie et futur de la publicité**

La question n'est plus de savoir si les marques doivent
aller sur le digital ou pas

La question est de savoir
comment y aller?





Différentes formes de marketing

- Marketing
- Marketing des produits industriels
- Marketing des services
- Marketing direct
- Social média marketing
- Mobile marketing

Le futur du marketing





- Étude de marché
- positionnement
- segmentation client
- ciblage
- mix marketing

Inno record



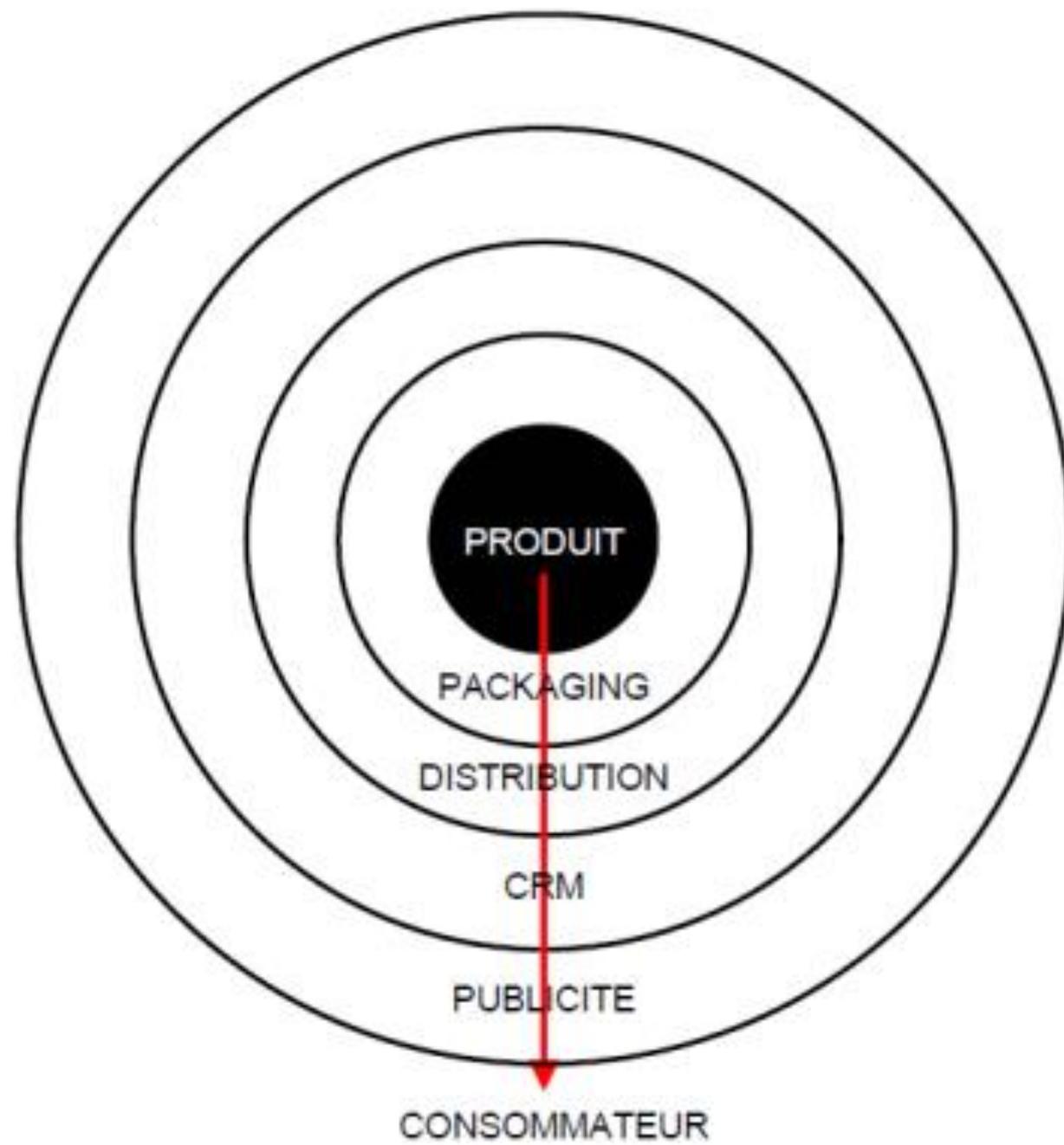
Comment les technologies mobiles s'imbriquent dans le marketing ?



- Reprenant les étapes de définition d'une politique marketing :
 - impact sur l'environnement et sur les techniques d'étude
 - impact sur le positionnement
 - impact sur la segmentation
 - impact sur le ciblage
 - impact sur les trois C

Marque / bonheur







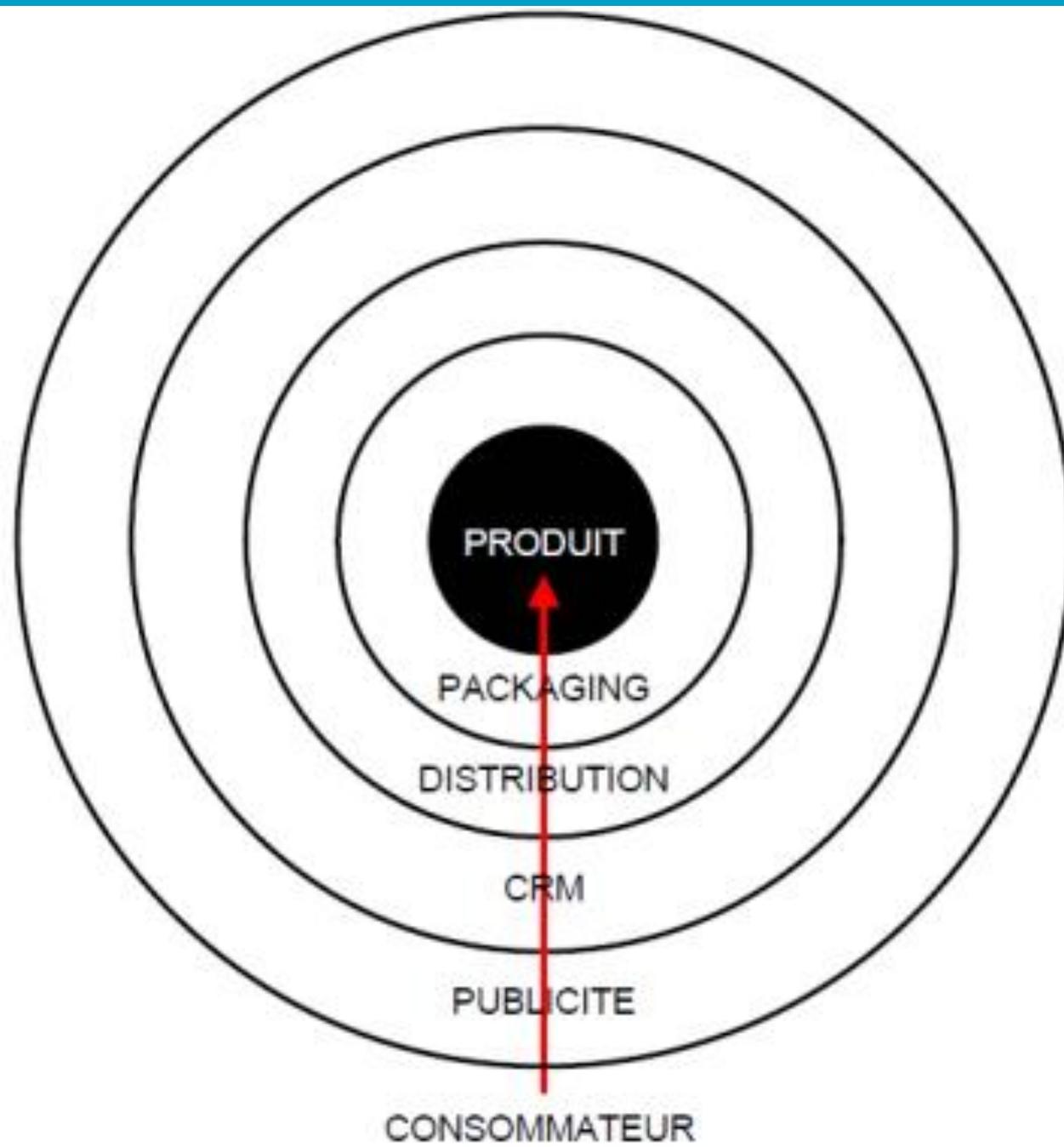
Ça ne marche
plus



Il est temps de changer

« Nos affaires ne consistent pas à maintenir en vie les médias
mènent connecter avec consommateur »

Vice président Nike





Marketing moderne

« L'e-marketing est devenu la pièce centrale d'une campagne. Il ne s'agit plus simplement de promouvoir des sites Web dans des spots publicitaires sur des affiches mais à faire en sorte que le site devienne véritablement l'empreinte digitale de la marque et crée une expérience propre à l'histoire qu'elle souhaite raconter ».

Directeur média Unilever



- Comment créer un fan-club autour de la marque ?



En délivrant de la valeur à travers
le marketing !



Ou en d'autres termes...

En améliorant la vie des gens





OK, ça semble assez simple...



Mais comment nous y prendre ?



En innovant, en se différenciant



En construisant le marketing autour du client et non autour du produit



Fait en sorte que le produit soit tellement génial que les gens ne puissent pas s'empêcher d'en parler



« Quelque chose de remarquable mérite qu'on en parle. Mérite d'être remarqué. Exceptionnel. Nouveau. Intéressant. C'est une vache pourpre. Les choses ennuyantes sont invisibles. C'est une vache banale. Le marketing « remarquable » c'est l'art de relier les choses de manière à ce qu'elle soit remarquée directement à l'intérieur de votre produit ou service »

Seth Godin

**Vrai pour
le marketing...**

**Mais aussi
pour vous...**





MERCI !!!!!



UMANO CONSEIL

WWW.UMANO-CONSEIL.FR

MATHIEU GABAUDAN

mathieu@umano-conseil.fr

06 99 16 75 76





Engagement



- Le temps où l'on faisait des affaires n'a pas un effet sur les affaires de maintenant.

The screenshot shows a presentation slide within a software interface. The interface includes a top navigation bar with tabs like 'FICHIER', 'ACCUEIL', 'COMMENTAIRE', 'AFFICHER', 'FORMULAIRE', 'PROTÉGER', and 'PARTAGER'. Below this is a ribbon with various tools such as 'Main', 'Sélectionner le texte', 'Sélectionner une annotation', 'Instantané', 'Presse-papiers', 'Taille réelle', 'Adapter à la page', 'Adapter en largeur', 'Adapter ce qui est visible', 'Rotation à gauche', 'Pivoter à droite', 'Machine à écrire', and 'Mettre en évidence'. The slide content features a pink vertical bar on the left, followed by the text 'ENGAGEMENT' and a quote: '“Le temps où l'on faisait des affaires n'a pas un effet sur les affaires de maintenant.”'. Below the quote is the name 'Jeff Benjamin' and his title 'Interactive Creative Director' at 'Crispin Porter + Bogusky', dated 'March 2008'. At the bottom of the slide, there is a source attribution: 'Source: ADWEEK - http://www.adweek.com/news/content_display/news/digital/e311de189927b1f758384728f89282c'. The presentation navigation bar at the bottom shows '52 / 70' and various navigation icons. The Windows taskbar at the very bottom includes the Start button, a search bar with the text 'Posez-moi une question.', and several application icons.

- « Créer de l'utilité, c'est créer quelque chose qui vous rend du temps. L'information devient ainsi moins polluante et aide à améliorer la vie des gens. »

The image is a screenshot of a PDF viewer application. The top menu bar includes options like 'FICHIER', 'ACCUEIL', 'COMMENTAIRE', 'AFFICHER', 'FORMULAIRE', 'PROTÉGER', and 'PARTAGER'. Below the menu is a toolbar with various tools such as 'Main', 'Sélectionner le texte', 'Sélectionner une annotation', 'Instantané', 'Presse-papiers', 'Taille réelle', 'Adapter à la page', 'Adapter en largeur', 'Adapter ce qui est visible', 'Afficher', '66,67%', 'Rotation à gauche', 'Pivoter à droite', 'Machine à écrire', and 'Mettre en évidence'. The main content area shows a quote by Nick Law, with a pink vertical bar highlighting the word 'UTILITE' at the start of the quote. The quote reads: "Créer de l'utilité, c'est créer quelque chose qui vous rend du temps. L'information devient ainsi moins polluante et aide à améliorer la vie des gens." Below the quote, it identifies Nick Law as Chief Creative Officer, North America R/GA, and dates it March 2008. At the bottom, there is a source attribution: 'Source: ADWEEK - http://www.adweek.com/law/content_display/news/digital/e311de189927bfff1758384728f89282cfd'. The Windows taskbar is visible at the bottom with the search bar 'Posez-moi une question.' and various application icons.

CRÉE T'ON
CE TYPE DE
MARKETING ?



- « Nous ne demandons pas à nos clients ce qu'ils veulent. Ils ne le savent pas. Nous nous appliquons plutôt à répondre à leurs besoins actuels et à anticiper leurs besoins futurs en nous assurant d'avoir une longueur d'avance. »

The image shows a screenshot of a presentation slide displayed within a software application. The application's interface includes a top menu bar with options like 'FICHIER', 'ACCUEIL', 'COMMENTAIRE', 'AFFICHER', 'FORMULAIRE', 'PROTÉGER', and 'PARTAGER'. Below the menu is a ribbon with various tools such as 'Main', 'Sélectionner le texte', 'Sélectionner une annotation', 'Instantané', 'Presse-papiers', 'Taille réelle', 'Adapter à la page', 'Adapter en largeur', 'Adapter ce qui est visible', '66,67%', 'Rotation à gauche', 'Pivoter à droite', 'Machine à écrire', 'Mettre en évidence', and 'Commentaire'. The slide content is as follows:

PERFECTIONNER SON MARKETING

“Nous ne demandons pas à nos clients ce qu'ils veulent. Ils ne le savent pas. Nous nous appliquons plutôt à répondre à leurs besoins actuels et à anticiper leurs besoins futurs en nous assurant d'avoir une longueur d'avance.”

Akio Morita
Co-Founder
Sony Corporation

Source: Truth, Lies & Advertising / Jon Steel / page 189 (found via Meme Huffer- http://memehuffer.typepad.com/meme_huffer/)

The bottom of the application window shows a navigation bar with a slide indicator '59 / 70' and a Windows taskbar with icons for 'Posez-moi une question.', a microphone, a printer, and several web browsers (Chrome, Edge, Firefox).

- « C'est très difficile de concevoir des produits par le biais de focus groupe. Car très souvent, les gens ne savent pas ce qu'ils veulent jusqu'à ce que vous leur ayez montré. »

PERFECTIONNER SON MARKETING

“C'est très difficile de concevoir des produits par le biais de focus groupe. Car très souvent, les gens ne savent pas ce qu'ils veulent jusqu'à ce que vous leur ayez montré.”

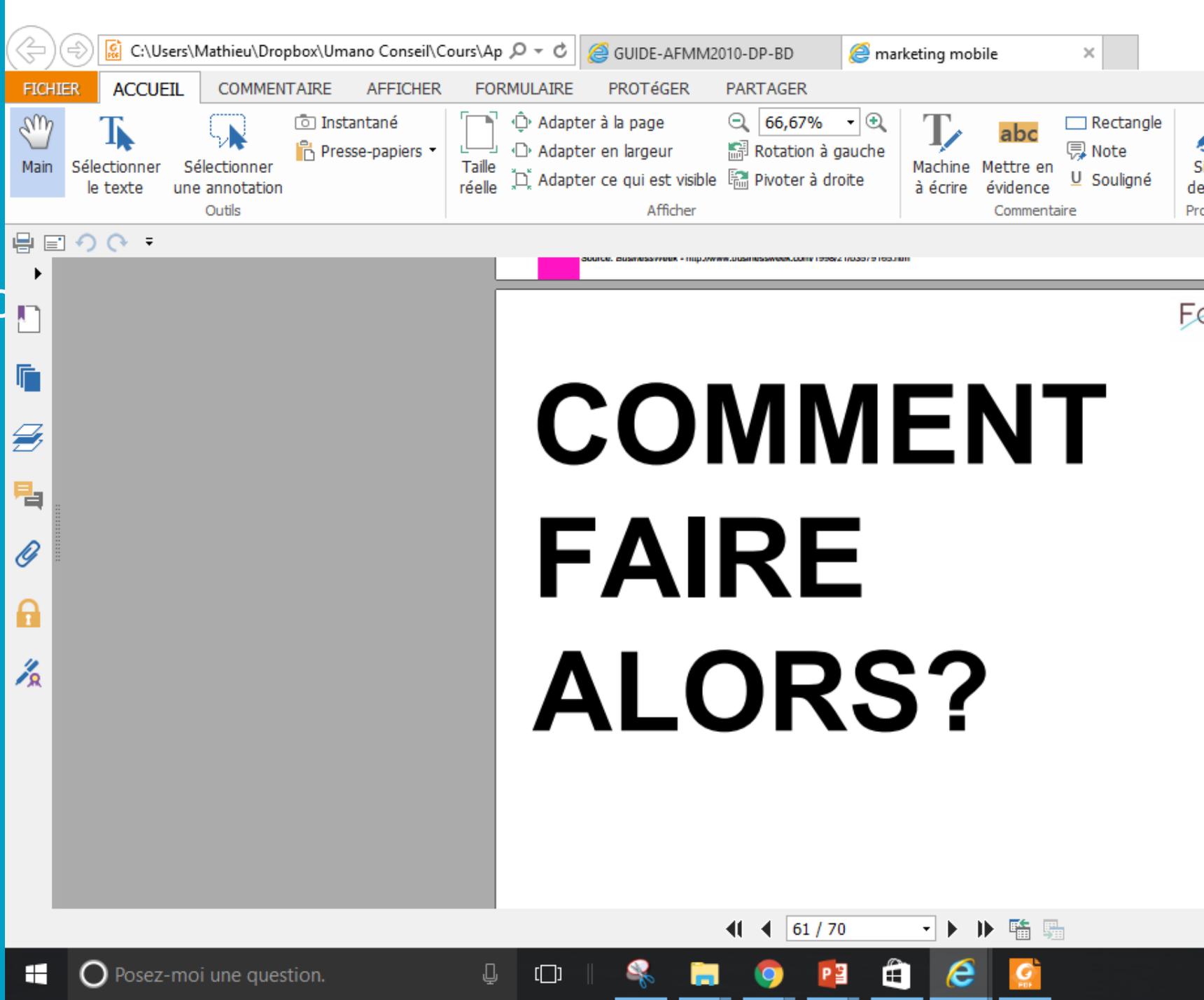
Steve Jobs
Co-Founder, Chairman & CEO
Apple
May 1998

Source: BusinessWeek - <http://www.businessweek.com/1998/21/b3579165.htm>

60 / 70

Posez-moi une question.

- Comment faire alors?



- Observer
- écouter

The screenshot shows a presentation software interface. The top menu bar includes options like FICHER, ACCUEIL, COMMENTAIRE, AFFICHER, FORMULAIRE, PROTÉGER, and PARTAGER. Below the menu is a toolbar with various tools such as 'Main', 'Sélectionner le texte', 'Sélectionner une annotation', 'Instantané', 'Presse-papiers', 'Taille réelle', 'Adapter à la page', 'Adapter en largeur', 'Adapter ce qui est visible', 'Rotation à gauche', and 'Pivoter à droite'. The main area displays a slide with the text 'OBSE + ECOU' in large, bold, black letters. The bottom status bar shows navigation controls and the page number '62 / 70'. The Windows taskbar at the very bottom includes the Start button, a search bar with the text 'Posez-moi une question.', and several application icons.