

#GrowthHacking: Les 5 techniques explorées par Mention pour gagner des utilisateurs

Dans le cadre de l'événement [Maddy Talk](#), qui se tiendra la 28 mai prochain à la Gaîté Lyrique, la rédaction de Maddyness a souhaité en savoir plus sur les méthodes de Growth Hacking mises en place par [Mention](#), une startup lancée par le startup studio [eFounders](#), qui compte aujourd'hui plus de 200 000 utilisateurs professionnels. [Clément Delangue](#), Growth Hacker chez Mention dévoile dans cet article plusieurs pistes intéressantes à explorer pour les éditeurs d'applications.[hr]

[quote] »Les techniques et les enjeux du Growth Hacking », thème de la prochaine édition du [Maddy Talk](#) le 28 mai 2014.[/quote]

Au moment de son lancement, Mention, l'outil de veille en temps réel, était accessible uniquement via l'interface web. Même si des version mobiles avaient été développées, la solution n'était pas accessible via des applications mobiles dédiées. « On pensait alors que les applications mobiles serait un outil de rétention, qui nous permettrait de fidéliser nos utilisateurs, alors que maintenant, nous réalisons qu'il s'agit aussi d'une source d'acquisition d'utilisateurs, même en B2B », confie Clément Delangue. Disponible actuellement en version [iPhone](#) et version [iPad](#) (depuis mars 2014), Mention revendique sur ces supports, 50 000 utilisateurs professionnels. Une grosse mise à jour de la version Android est actuellement en cours de développement et devrait sortir dans les prochaines semaines.

Mention n'a jamais fait d'acquisition payante, mais utilise principalement 5 cinq canaux pour faire grossir sa communauté. Pour Clément, le mobile est un canal d'acquisition B2B qu'il ne faut aujourd'hui plus négliger. La version mobile doit

être vue comme un complément de la version web, car nombreux sont les utilisateurs qui n'hésitent pas consulter l'application uniquement depuis leur téléphone professionnel, dans les transports ou lors de déplacement. Voici un récapitulatif de 5 canaux principaux que Mention continue d'optimiser pour obtenir toujours plus d'utilisateurs sur mobile:

1- L'optimisation sur l'AppStore

Une fois lancée sur l'AppStore de Apple, il est important de travailler le titre de l'application, qui est la première chose que le futur utilisateur voit. C'est aussi un critère important du référencement par Apple. Le titre de l'application Mention est d'ailleurs passé de « Mention for iOS » à « Mention, your Media Mentoring Made Easy ». Selon Clément, il ne faut pas hésitez à tester différentes descriptions, notamment les premières phrases, pour provoquer encore plus de téléchargements. Le travail sur les mots-clés reste également indispensable pour provoquer un meilleur référencement de son application, à l'intérieur du catalogue d'Apple.

2- La promotion croisée

Chez Mention, le credo est que les versions web et mobile doivent être complémentaires. Du coup, sur chaque support, les équipes travaillent sur des techniques de promotion croisée. Il ne s'agit pas de proposer une réplique exacte du produit, mais de travailler sur des fonctionnalités différentes selon le support. Par exemple, chez Mention, certaines fonctionnalités, comme les statistiques ou l'export, sont plus poussées sur la version web, tandis que l'archivage ou la suppression de mentions, sont simplifiés sur la version mobile. La capacité de consulter ses mentions sans connexion internet, qui vient d'être lancée, est par exemple une fonctionnalité uniquement disponible sur les versions mobiles. La promotion croisée intervient alors sur tous les supports, permettant ainsi de provoquer de nouveaux usages.

3- Le content Marketing

Dans une logique de création de communauté, la création de contenu utile pour les utilisateurs est devenu un passage obligé. Clément déclare beaucoup travailler sur le sujet du Content Marketing. En d'autres termes, il rédige régulièrement des billets sur le blog de la société, à destination de sa communauté, mais également sur d'autres médias, dont les audiences favorisent l'acquisition de nouveaux membres. Récemment, Clément a publié un article invité sur Entrepreneur.com, présentant 6 applications pour rester plus productif en situation de mobilité... Il en a profité pour placer la sienne à l'intérieur du contenu. La publication d'infographies ou d'études, comme l'analyse du million de mentions détectées, peut également être une solution efficace.

4- Utiliser son outil en interne pour trouver des ambassadeurs

Mention est un outil de veille automatisée collaboratif. De ce fait, toute l'équipe utilise les fonctionnalités de son propre outil, paramétré sur l'alerte « mention » pour transformer les utilisateurs en ambassadeurs et en recruter de nouveaux (comme le font d'autres startups comme Front). En effet, en fonction de la notification, une personne est amené à prendre contact avec « la personne qui parle de vous ». Il se peut que cette alerte concerne le CTO ou le CEO, mais aussi le Community Manager. Chez Mention, c'est donc toute l'équipe qui participe à l'animation de sa communauté en ligne.

5- La fonction referral

L'exemple le plus parlant est celui de Dropbox ou Uber. En invitant vos relations à s'inscrire sur Dropbox, vous offrez non seulement de l'espace gratuitement à vos proches, mais vous en gagnez également de votre côté. Un échange gagnant-gagnant qui a été repris chez Mention, et qui permet à ses utilisateurs de se placer en tant qu'ambassadeurs, en offrant du quota de mentions supplémentaires. Clément affirme de son côté que cette astuce fonctionne très bien sur les utilisateurs très actifs et consommateurs de quotas, qui n'hésitent pas à inviter leurs collègues issus de la même entreprise. D'autant plus que le partage d'une alerte entre des collaborateurs fait sens du point de vue des utilisateurs, pour que tout le monde partage la même information.

[quote]Vous souhaitez en savoir plus sur les techniques de Growth Hacking? N'hésitez pas à vous inscrire au [Maddy Talk du 28 mai prochain](#). Criteo, Airbnb, Bunkr, Algolia et Mention seront présents pour vous présenter leurs techniques![/quote]

Crédit Photo: [Shutterstock](#)