

L'App Indexing, la nouvelle tendance pour promouvoir son application mobile

Et si votre application mobile était indexée directement sur Google, comme l'est déjà sûrement votre site mobile ? L'App Indexing n'est pas nouveau mais connaît un engouement croissant et intéresse autant les grandes enseignes que les startups. Découvrez un processus qui permet de rendre visible vos applications directement sur la version mobile du plus célèbre et populaire des moteurs de recherche.

L'App Indexing : une arme anti-désengagement

Convaincre un internaute d'utiliser votre application n'est qu'une première étape. Vous devez ensuite vous rappeler régulièrement à son bon souvenir, sans non plus l'inonder de messages au risque de le voir désinstaller votre application dans un accès d'exaspération. C'est là que peut intervenir l'App Indexing, avec l'affichage sur Google de contenus provenant directement de votre application auprès d'un utilisateur qui l'aurait déjà installée.

Nous téléchargeons en moyenne une cinquantaine d'applications par an et n'en utilisons ensuite qu'un quart environ, selon une étude du Web Observatoire. Cette désaffection s'explique par une offre pléthorique et des habitudes d'utilisation bien ancrées. Vos utilisateurs potentiels ne se rappellent tout simplement pas, le plus souvent, qu'ils peuvent utiliser votre application, déjà installée sur leur smartphone ou tablette, pour répondre à leur problématique du moment.

Google demeure le premier moyen d'accès à l'information. Au moindre besoin, nous sollicitons le célèbre moteur de recherche plutôt que de nous engager dans un passage en revue rébarbatif des applications dont nous disposons ou une non moins fastidieuse quête de l'application parfaite dans l'App-Store ou le Play Store. Or, des sites web ne représentent pas forcément le meilleur type de contenu pour répondre à une problématique donnée et, parfois une application apporte une vraie plus-value. L'affichage de liens renvoyant à des emplacements précis au sein d'une application semble donc une évolution logique de Google qui souhaite apporter toujours plus de pertinence à ses résultats.

Pour votre application, l'App Indexing constitue une véritable arme au service de l'engagement de vos utilisateurs, qui se verront régulièrement rappeler au gré de leur recherche l'existence d'une application qui répond à leurs attentes. Un système d'auto-complétion permet de valoriser le contenu de votre application, proposé automatiquement si un internaute commence à taper une requête à laquelle elle répond.

L'API App Indexing va encore plus loin en permettant à votre application de ressortir aussi auprès des mobinautes qui ne l'ont pas (encore) installée, avec un appel à l'action fort pour les inciter à le faire.

Cette vidéo vous aidera à comprendre le fonctionnement concret de l'App Indexing

Comment mettre en place une stratégie d'App Indexing pour votre application ?

L'indexation de votre application dans les résultats de recherche mobile passe par un processus particulier et le respect de certaines règles :

- La fonctionnalité des liens profonds est activée. Elle permet d'accepter via une adresse donnée une destination spécifique. Concrètement, une application de recettes de cuisine qui aurait activé les liens profonds doit permettre à un utilisateur d'accéder directement à la requête de son choix.
- Le site officiel de l'application doit être validé via l'interface administrateurs Google Play
- Des liens profonds sont fournis, en correspondance avec les pages du site officiel. Par exemple, des liens profonds vers l'application sont fournis pour les pages « Clafoutis aux cerises », « Brownies au chocolat », etc...
- Un contrôle des liens est possible via Google Search Console (anciennement Google Webmaster Tools).

Retenez simplement que vous pouvez bénéficier de l'App Indexing si vous possédez un site web et que vous avez activé les liens profonds sur votre application, ceux-ci devant correspondre aux différentes pages de votre site web. Par ailleurs, des distinctions existent entre Android et iOS (iPhone et

iPad). Une [aide complète](#) est heureusement proposée par Google. Vous pouvez la transmettre à vos équipes de développement ou un prestataire extérieur.

Qui utilise aujourd'hui l'app indexing ?

Selon une [étude récente](#), publiée récemment par Searchmetrics, près de 30% des 100 plus gros éditeurs de sites web qui possèdent une application ont activé les liens profonds sur Android, contre 19% sur iOS. Les avantages qui sont ressortis de cette analyse sont :

- un meilleur engagement de la part des internautes, avec une amélioration du taux de clic
- un plus grand nombre d'installations
- une visibilité augmentée dans les pages de résultats
- un trafic et des conversions en augmentation

Néanmoins, certains éditeurs nuancent la portée de l'App Indexing, Dans un article publié début 2015 sur le site Webrankinfo.com, un responsable du site Lequipe.fr souligne un manque de souplesse et une visibilité encore limitée pour ces nouveaux résultats, qui n'apportent pas pour le moment des gains de visibilité réellement significatifs. Pour le moment !

Benjamin Thiers vient de co-publier avec Julien Ringard [Ce que Google veut, comprendre le référencement naturel](#), aux éditions Studyrama Pro.