8 conseils pour assurer le succès du lancement d'une application mobile

Aujourd'hui, les applications mobiles font l'objet d'une concurrence féroce, car de plus en plus de marques réalisent leur fort potentiel. Voici 8 conseils que tout spécialiste du marketing numérique devrait garder à l'esprit lors du lancement d'une nouvelle application mobile.

Temps de lecture : minute

---

22 juillet 2021

1. Quel est votre objectif ?

Avant de promouvoir une nouvelle application mobile, une marque doit définir exactement son objectif. Posez-vous la question suivante : pourquoi avez-vous développé une application et comment va-t elle aider les utilisateurs ? Quels nombres d'utilisateurs et de revenus devez- vous atteindre pour évaluer le succès de l'application ?

Définissez vos indicateurs clés de performance et fixez des objectifs clairs avant de lancer toutes campagnes de marketing autour de son lancement.

2. Créez une campagne de recommandation en boucle virale

De nombreux consommateurs prennent leurs décisions sur la base de recommandations personnelles. Dropbox s'est servi de ce fait pour

accroître sa base d'utilisateurs de plus de 3 900 % en créant un programme de recommandation en boucle virale. La plupart des consommateurs ont déjà plusieurs applications sur leurs smartphones, alors donnez-leur une bonne raison de télécharger la vôtre. Pensez à promouvoir des offres à durée limitée, du cashback ou des réductions.

3. Envoyez un message de bienvenue

Saviez-vous que 75 % des utilisateurs actifs quotidiens abandonnent une application dans les trois premiers jours suivant son installation, tandis que 25 % des applications installées ne sont jamais utilisées ? Pour éviter cela, envoyez un message de bienvenue pour attirer les utilisateurs et assurer ainsi une bonne première impression.

4. Pensez multicanal

Une bonne stratégie marketing implique une série de différents canaux, en fonction des préférences des utilisateurs. Qu'il s'agisse d'e-mails, de SMS ou de notifications en ligne, une stratégie multicanale vous permet d'atteindre les clients où qu'ils se trouvent.

5. Créez du contenu

Au lieu de canaux payants, de nombreuses applications à succès utilisent des blogs pour générer du trafic qui se transforme ensuite en téléchargements. Créez du contenu en fonction des différentes étapes du parcours de l'utilisateur. Par exemple, quelles sont les questions les plus fréquemment posées par les utilisateurs ? Un outil de recherche par mots-clés peut vous aider à trouver des sujets qui génèrent un volume de recherche.

Tirez parti de ce trafic avec des formulaires de capture d'e-mails ou des articles de blog contenant un " appel à l'action " (call to action) pour

télécharger l'application.

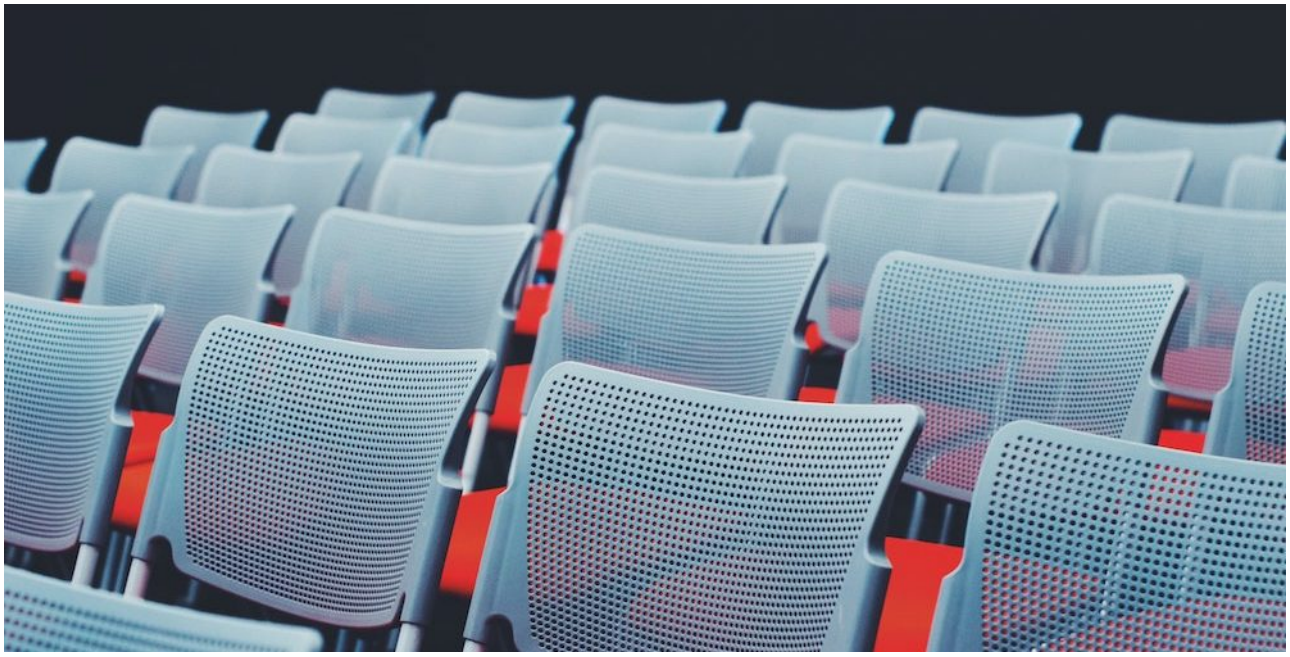
6. Utilisez les réseaux sociaux

Une forte présence sur les médias sociaux est essentielle pour les applications mobiles. Les marques doivent créer des posts cohérents et interagir avec les utilisateurs pour augmenter les téléchargements de leurs applications.

Le marketing d'influence est particulièrement efficace. Établissez des partenariats avec les influenceurs clés de votre secteur d'activité, ayant une audience importante et engagée, qui peuvent créer des messages organiques sur les médias sociaux ou publier des articles de blog sponsorisés. Le marketing d'influence est généralement moins cher que les stratégies marketing traditionnelles, ce qui le rend intéressant pour les lancements d'applications mobiles.

7. Utilisez le marketing d'affiliation

Mettez en place un programme d'affiliation pour transformer votre fanbase en marketeurs. Avec une offre solide, les marques peuvent amener les utilisateurs à promouvoir du contenu sur leurs canaux en échange de points d'affiliation ou de récompenses telles que des incitations in-app, des bonus ou de l'argent.



À lire aussi
Tout ce qu’une startup doit savoir au sujet de l’affiliation

8. Utilisez les bons outils pour fidéliser les utilisateurs

Pour s'assurer que les utilisateurs restent dans les parages et s'engagent avec vos produits après avoir essayé une application, les spécialistes du marketing devraient envisager les notifications push. Celles-ci permettent de créer des messages personnalisés afin que l'application ne soit pas générique et contribuent à renforcer la confiance et la fidélité des clients.

Ana Williams, directrice marketing chez Airship

Article écrit par Ana Williams