

Appstore recèle **plus de 250 000 applications**, Android Market a franchi la barre des 150 000, et qu'elles soient gratuites ou payantes, elles ont généré un nouveau marché et de nouveaux usages. Le sms reste présent, mais les réseaux sociaux ont progressé, la géolocalisation est efficace, le paiement par mobile se lance et le m-coupons franchit les premières barrières de l'intrusion.

Le Marketing Mobile

De la mobilité à l'ubiquité

Les applications web permettent de faire un lien entre le monde physique et le monde virtuel. En suivant votre mobilité, les marques vous font bénéficier d'opportunités en fonction de votre présence dans un magasin, un centre commercial, un lieu de villégiature... Elles donnent également une fantastique occasion d'ubiquité. Vous pouvez être chez vous et sur les réseaux sociaux, seul mais en compagnie d'amis, à la maison mais présent dans des points de vente e-commerce, pour lesquels des marques vous

ont attribué des bons plans et des coupons de réduction; ici et ailleurs, grâce à la réalité augmentée, connaître l'état du trafic routier à 250 km de chez vous. Les dernières évolutions montrent également une forte interaction entre le point de vente et votre smartphone.

Le nouveau doudou

Face à ce phénomène, on peut avoir un mouvement de rejet. On en sait trop sur moi! Mais une information bien ciblée n'est-elle pas plus utile que 100 000 dépliants jetés dans des boîtes aux lettres? Au départ, l'immensité du web pou-

vait aussi faire peur. Mais on s'habitue à chercher et à utiliser les moteurs de recherche. Le mobile ou la tablette sont des médias du quotidien. Vous les avez dans la main toute la journée, comme un «doudou» personnel. Il vous revient de choisir les applications qui vous sont personnellement les plus utiles, et il est de l'intérêt des marques de créer des services web qui offrent à leurs clients une réelle valeur ajoutée.

THIERRY PIGUET

redaction.ch@mediaplanet.com



Question 1:

Quelles fonctionnalités propres aux plateformes mobiles trouvez-vous intéressantes à exploiter par une «App»?

Question 2:

Quelles sont les contraintes de ces plateformes?

Question 3:

Quels développements voyez-vous pour l'avenir des applications mobiles?