



Principes de conception d'applications mobiles :

Suscitez l'intérêt des utilisateurs et générez des conversions

think with Google™



Introduction

Aujourd'hui, les applications représentent une méthode fiable et courante pour diffuser des contenus et proposer des services. Toutefois, sur un marché aussi surchargé, comment faire en sorte que votre application soit utile, pertinente et appréciée, de façon à séduire et fidéliser les mobinautes ? Jenny Gove, UX Research Lead chez Google, vous présente les 25 principes à appliquer pour créer une application mobile de grande qualité.

Les utilisateurs ne peuvent plus se passer des applications mobiles. Vous avez besoin d'une preuve ? On estime que [200 milliards d'applications devraient être téléchargées en 2017](#)¹ ! Les marketeurs testent l'expérience utilisateur de leurs propres applications et investissent pour optimiser leur visibilité. En 2015, ils ont [dépensé près de 3 milliards de dollars pour faire la promotion de leurs applications](#), ce qui représente un bond de 80 % par rapport à 2014².

Cette évolution constitue un bouleversement majeur concernant le comportement des consommateurs. Par conséquent, les marketeurs souhaitent naturellement améliorer de façon constante l'expérience utilisateur proposée dans leurs applications. Ces dernières offrent la possibilité de répondre aux besoins des mobinautes, et de développer des relations rentables et durables avec les plus fidèles d'entre eux. Pour les développeurs et les marketeurs des marques, il devient de plus en plus difficile d'inciter les mobinautes à [trouver et télécharger leurs applications](#), et de les fidéliser une fois qu'ils l'ont fait. Pas moins de 25% des utilisateurs qui ouvrent une application pour la première fois n'y retournent jamais³.

Les consommateurs n'ont jamais autant interagi avec leur téléphone dans les moments qui comptent, sur des laps de temps de plus en plus courts. Leurs expériences doivent être efficaces et attrayantes. De plus, une application bien conçue et utile est capable de se démarquer des autres. Elle peut répondre aux besoins des utilisateurs, là tout moment.

Pas moins de 25% des utilisateurs qui ouvrent une application pour la première fois n'y retournent jamais.

Nous savons que la mise en œuvre de quelques conseils simples et efficaces est un plus. Nos précédents articles sur la [conception des sites mobiles](#) en témoignent. En effet, ces recommandations ont permis aux marques d'apporter des modifications et de supprimer des obstacles afin d'offrir des expériences vraiment utiles à leurs clients. Comme les sites Web mobiles, les applications doivent simplifier les interactions des mobinautes et faciliter le processus de conversion.

Partant de ce principe, nous nous sommes efforcés de découvrir les ingrédients clés d'une application mobile de qualité. Nous nous sommes associés à AnswerLab afin de réaliser une étude auprès de plus de 100 personnes sur 100 applications différentes, dans plusieurs secteurs d'activité dont l'e-commerce, les assurances, le tourisme, la livraison de repas, la billetterie et les services financiers. (Les applications de jeux, de réseaux sociaux et de musique n'ont pas été incluses dans l'étude.)

Orientez facilement les utilisateurs dans l'exécution de la tâche à effectuer

Nous avons étudié les tâches axées sur une conversion, telles que la réalisation d'un achat, une réservation, la recherche de formules et de prix, etc.

Nous sommes heureux de vous communiquer ces informations, qui vous permettront de renforcer l'intérêt des consommateurs pour votre marque. Pour ce faire, nous vous proposons diverses recommandations sur des fonctionnalités pratiques et utiles, qui s'avéreront indispensables pour créer une expérience attrayante. Les applications permettent de guider facilement les utilisateurs dans la réalisation des tâches, car elles offrent d'excellentes fonctionnalités en matière d'e-commerce, et intègrent des systèmes de commande et de paiement efficaces. Enfin, pour créer une application attrayante, vous devez commencer par vous focaliser sur la facilité d'utilisation.

Cette étude a permis de tirer de nombreux autres renseignements utiles. Nous avons regroupé les données de façon à proposer 25 conseils répartis dans six catégories : navigation et exploration dans l'application, recherche dans l'application, commerce et conversions, inscription, saisie de données dans les formulaires, et facilité d'utilisation et compréhension. Commençons par le chapitre 1, "Navigation et exploration dans l'application".



Jenny Gove, UX Research Lead, Google

Sources

- 1 eMarketer, "App Downloads Will Double in Next Four Years", 3 février 2014.
- 2 eMarketer, "App Install Ads Help Marketers Cut Through the Clutter", 17 juillet 2015.
- 3 eMarketer, "App Marketing 2015: Fighting for Downloads and Attention in a Crowded Market", juillet 2015.

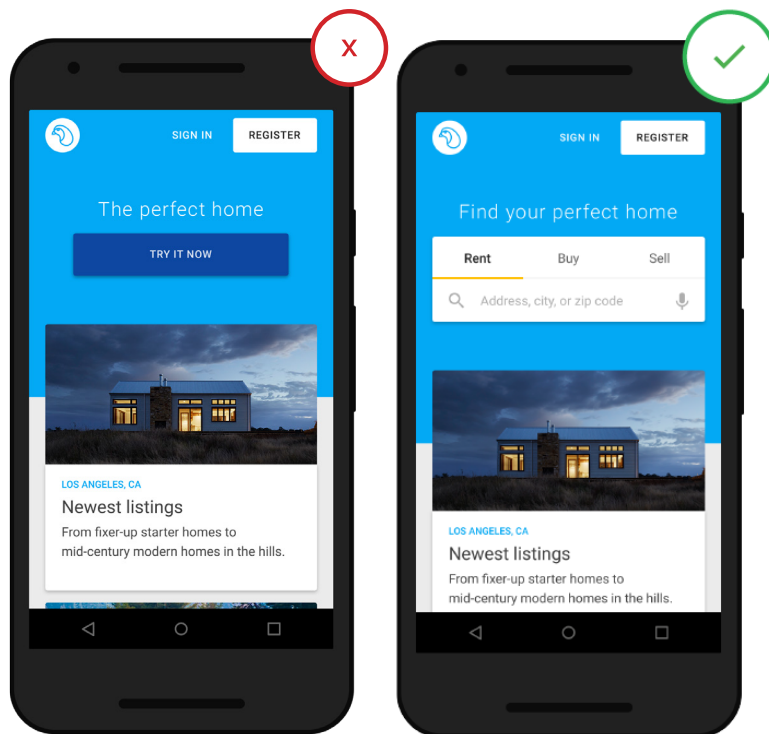


Chapitre 1 : Navigation et exploration dans l'application

Vous devez orienter rapidement les utilisateurs vers le contenu qu'ils recherchent. En appliquant ce principe essentiel, vous pouvez proposer une navigation efficace et agréable dans votre application.

1 Affichez dès le départ les avantages de l'application

Pour susciter l'intérêt des utilisateurs, indiquez-leur clairement ce qu'ils peuvent faire grâce à des incitations à l'action bien visibles. Mettez en évidence les fonctionnalités clés et les nouveautés de votre application en contexte, à l'endroit approprié. Faites en sorte qu'elles soient intéressantes et attrayantes pour les mobinautes, plutôt que gênantes et source de confusion.

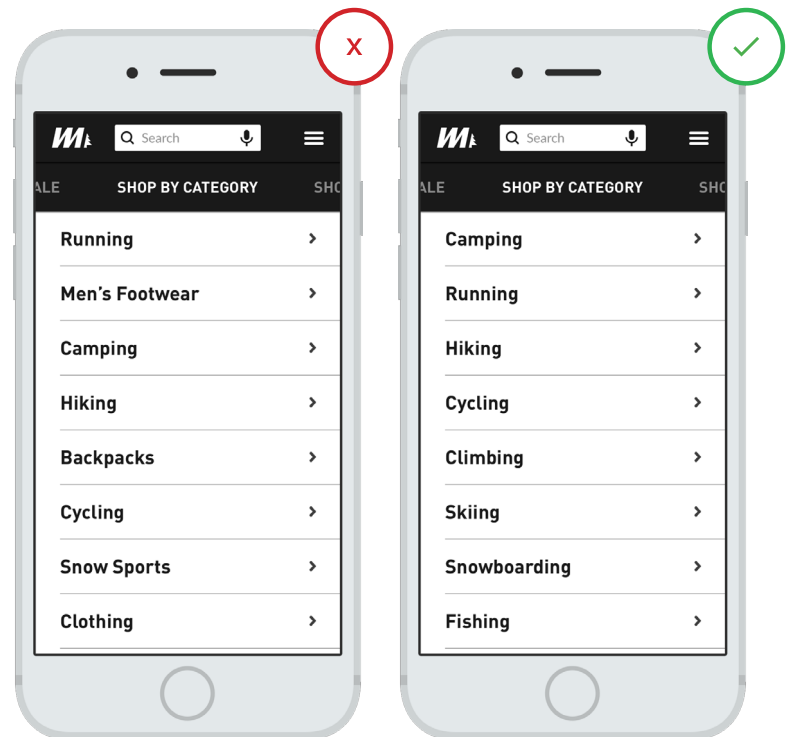


X L'incitation à l'action "Essayer maintenant" est vague et n'est pas axée sur une action précise.

✓ "Louer", "Acheter" et "Vendre" constituent des incitations à l'action claires.

2 Organisez et libellez les catégories des menus pour qu'ils soient conviviaux

Les utilisateurs ont du mal à comprendre et à distinguer les catégories de menu qui ne correspondent pas à leur modèle mental. Les catégories des menus doivent être claires et ne doivent pas se chevaucher. Cette recommandation est particulièrement importante lorsqu'un utilisateur consulte un menu en dernier recours après avoir épuisé toutes les possibilités via la recherche.

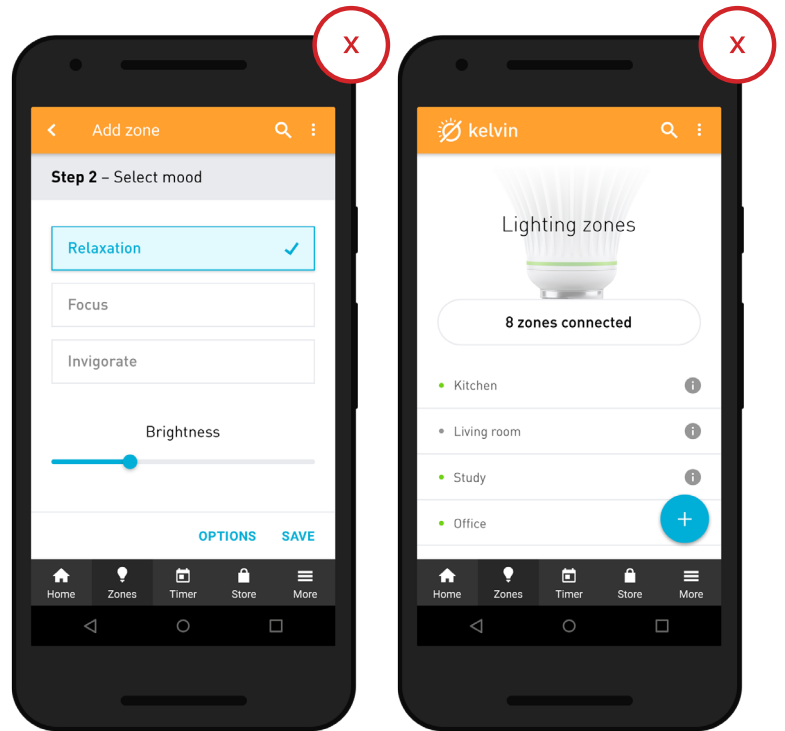


X Les catégories de produits ne doivent pas se superposer (par exemple, "chaussures pour hommes" et "randonnée").

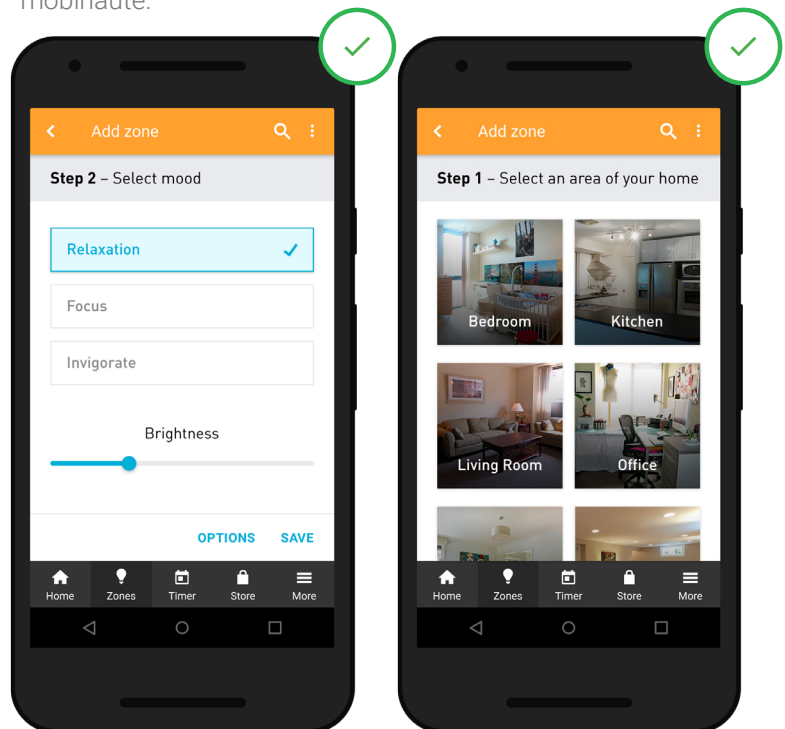
✓ Les catégories de produits sont bien distinctes afin d'éviter toute confusion.

3 Faites en sorte que les utilisateurs puissent revenir facilement à l'étape précédente

En général, les utilisateurs d'une application souhaitent seulement revenir à l'étape précédente. Votre application doit donc utiliser efficacement une fonctionnalité "Retour en arrière" pour que les mobinautes ne soient pas obligés de repartir de l'écran d'accueil (dans certains cas, ils risquent alors de perdre les données non enregistrées). Pour éviter ce problème et pour qu'ils n'aient pas à chercher d'autres solutions inappropriées, offrez-leur la possibilité de revenir à l'étape précédente. Des commandes de navigation précises incitent davantage les utilisateurs à effectuer des conversions.



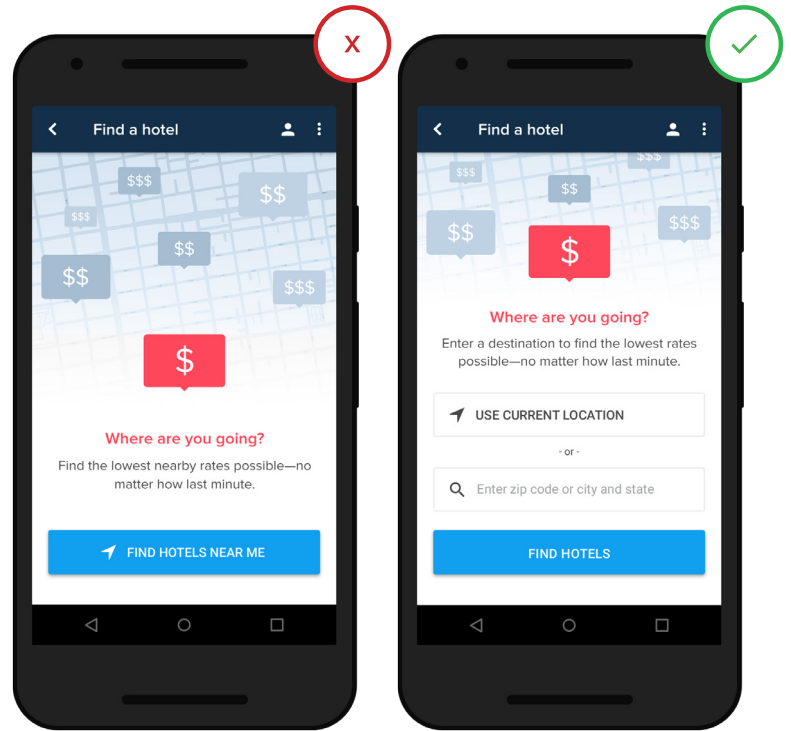
✗ Le bouton de retour permet de revenir à la toute première étape du processus, ce qui est source de confusion pour le mobinaute.



✓ Le bouton de retour permet de revenir à l'étape précédente, comme le souhaitent généralement les mobinautes.

4 Offrez la possibilité de modifier facilement la position géographique

La détection automatique de la position géographique peut permettre aux mobinautes de gagner du temps. Toutefois, il arrive que l'utilisateur souhaite trouver un magasin qui n'est pas situé à proximité. Vous devez donc inclure une option permettant de saisir facilement et directement la zone géographique.

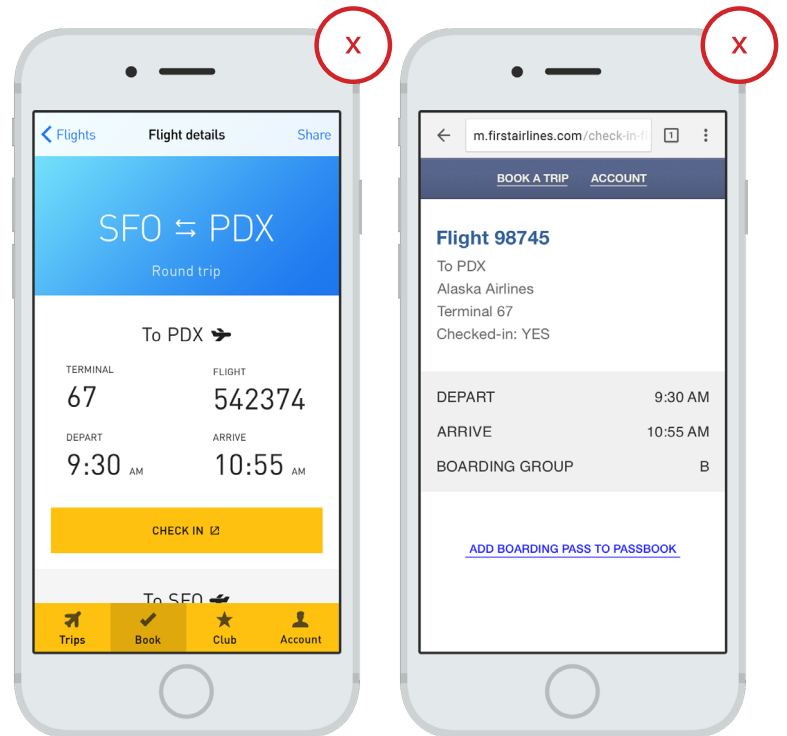


X Aucune option visible ne permet à l'utilisateur de modifier sa position géographique.

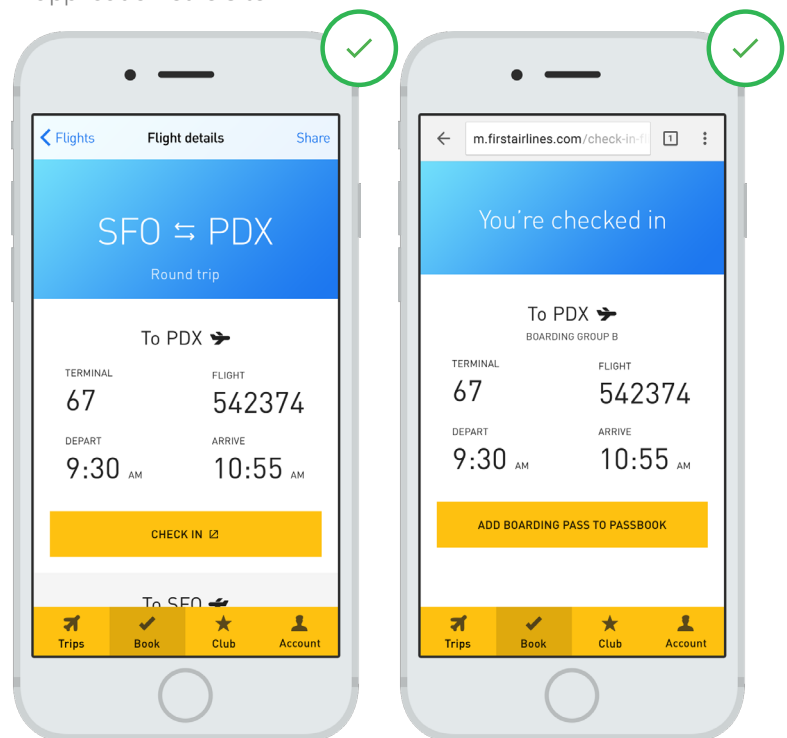
✓ L'utilisateur peut choisir sa position géographique en amont.

5 Créez des transitions fluides entre l'application et le site Web mobile

L'utilisateur peut ressentir de la frustration lorsque l'application le redirige vers un site Web mobile pour lui proposer d'autres contenus ou pour qu'il puisse effectuer une action spécifique. Par exemple, si la mise en page ou l'aspect sont différents entre les deux plates-formes, cela peut être source de confusion. Ce cas pose également problème si le passage de l'une à l'autre est lent et si l'utilisateur doit attendre que la page Web se charge. S'il est nécessaire de réorienter le mobinaute vers le Web pour mobile, faites en sorte que la présentation soit cohérente afin d'optimiser la transition. De plus, nous vous recommandons d'assurer une transition rapide et de faire en sorte que le passage au Web pour mobile apporte un réel intérêt, afin de compenser l'éventuel manque de fluidité.



X L'expérience visuelle et interactive n'est pas identique entre l'application et le site.



✓ La transition entre l'application et le site est fluide, grâce à la cohérence de la présentation et à l'optimisation de la vitesse de chargement.

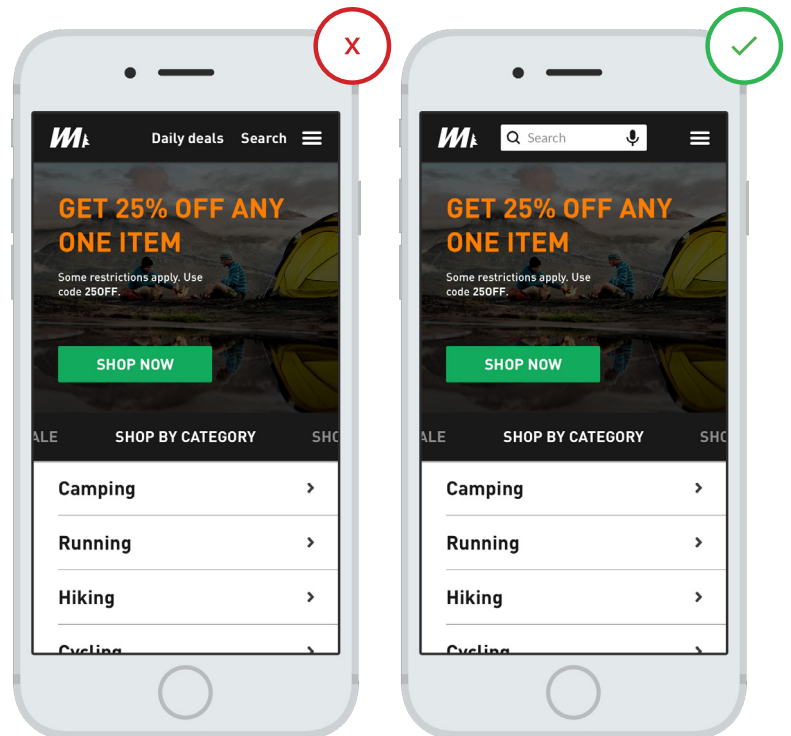


Chapitre 2 : Recherche dans l'application

Dans une application, il est indispensable d'intégrer une fonctionnalité de recherche efficace et utile pour aider les mobinautes à trouver ce dont ils ont besoin. Nous vous recommandons d'appliquer ces principes afin d'optimiser la fonctionnalité de recherche de votre application.

6 Mettez en évidence le champ de recherche

En règle générale, les mobinautes qui ont un besoin spécifique ou qui souhaitent effectuer une tâche précise préfèrent utiliser un champ de recherche plutôt que parcourir l'application. Si vous n'affichez pas clairement un champ de recherche, vous risquez de les décevoir et de les ralentir.

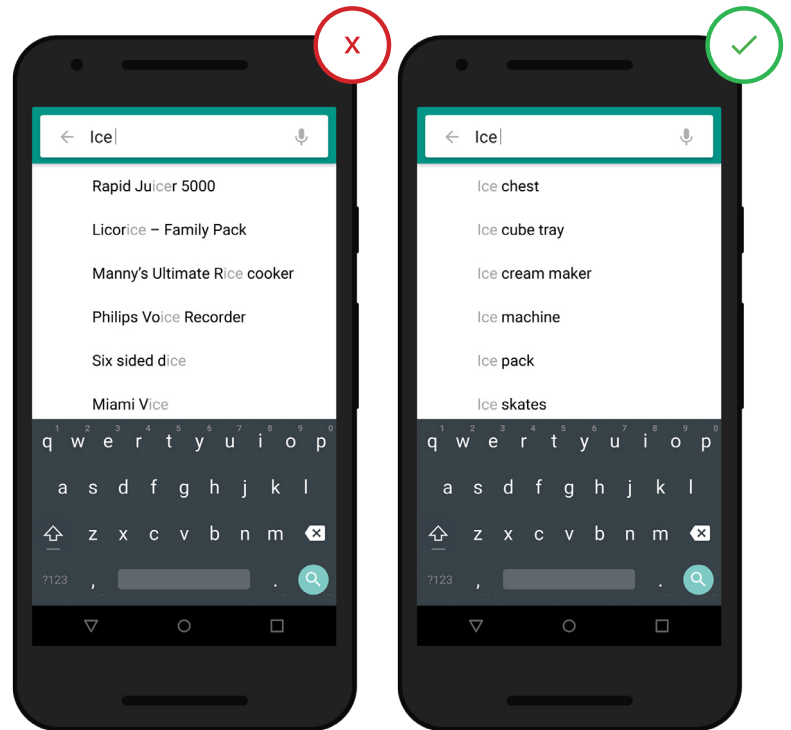


X La fonctionnalité de recherche s'affiche sous la forme d'une option de menu.

✓ Le champ de recherche est visible et facilement repérable.

7 Optimisez l'indexation pour faciliter la recherche

Vérifiez que les résultats de recherche sont pertinents. Étant donné la fréquence à laquelle les mobinautes effectuent une recherche pour réaliser une tâche spécifique, ils attendent des résultats aussi précis qu'avec Google. Par exemple, lorsqu'ils saisissent un terme de recherche, ils apprécient les fonctions de correction orthographique automatique, de reconnaissance de la racine, de prédiction et de suggestion. Ces outils peuvent minimiser les erreurs de saisie des utilisateurs. Par ailleurs, ils améliorent également la rapidité du processus de recherche, ce qui permet au mobinaute de rester focalisé sur la conversion.

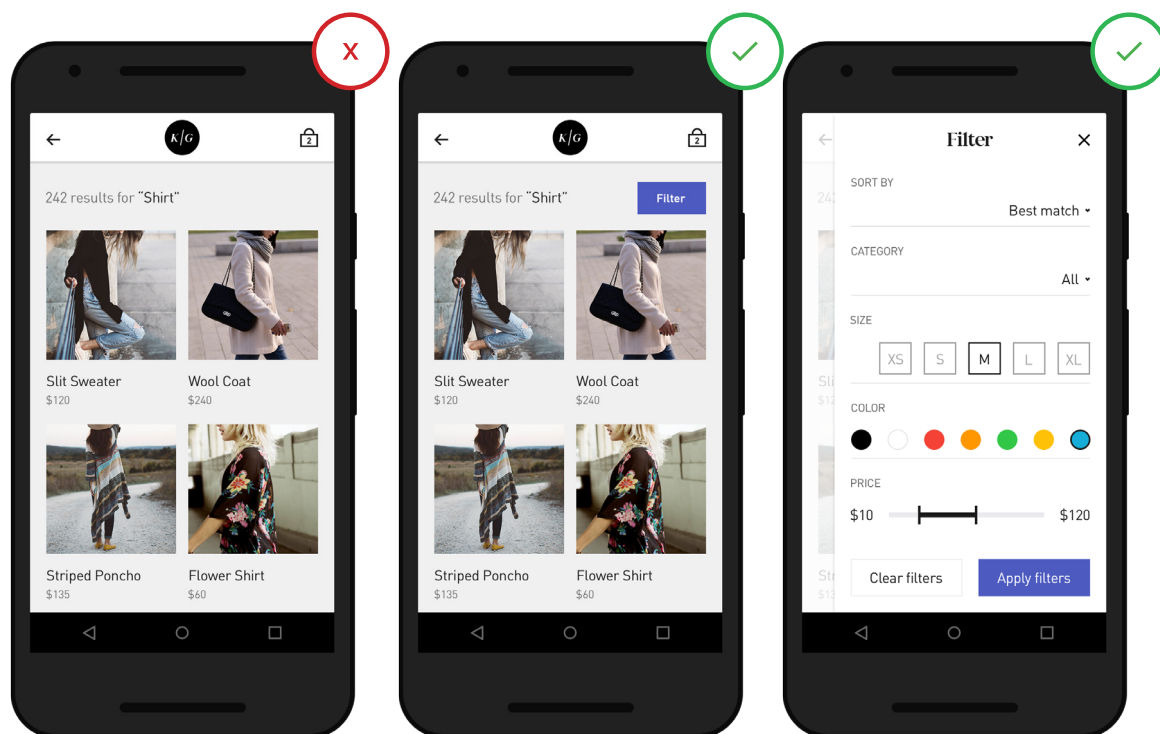


X Une indexation inefficace génère une expérience de recherche médiocre.

✓ Une indexation de bonne qualité permet aux utilisateurs d'obtenir des résultats ciblés et efficaces.

8 Proposez des options de tri et de filtrage

Les utilisateurs se sentent dépassés lorsque leurs termes de recherche génèrent des résultats trop nombreux et/ou visiblement peu pertinents. Grâce à des options de tri et de filtrage, ils peuvent affiner et organiser les résultats, ce qui leur évite de faire défiler la page ou d'en parcourir plusieurs sur leur mobile.



X Les options de tri ou de filtrage sont exclues ou masquées, ce qui oblige les utilisateurs à examiner de nombreux résultats.

✓ Les mobinautes peuvent affiner les résultats de recherche grâce à des options de tri et de filtrage efficaces.

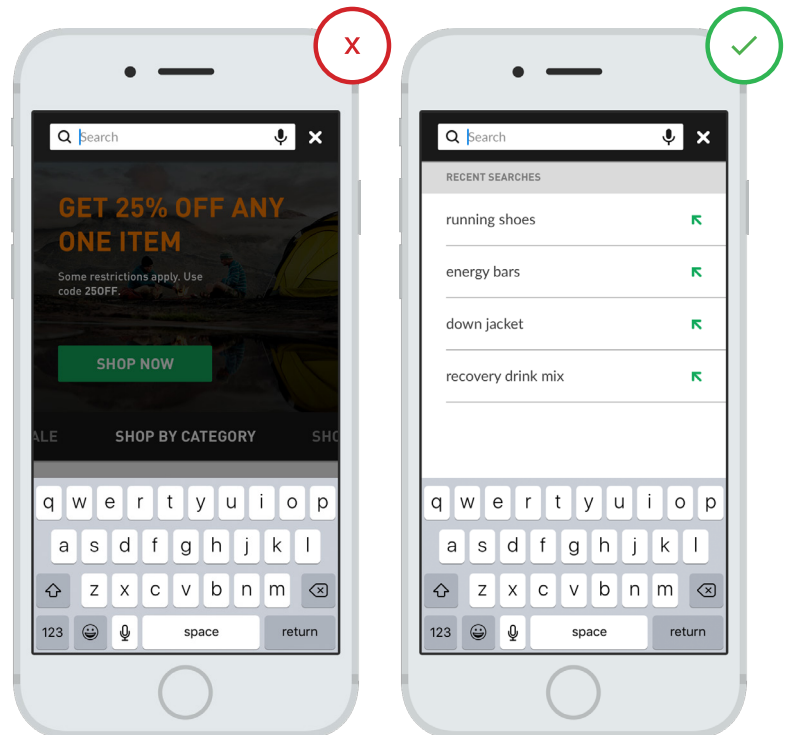


Chapitre 3 : Commerce et conversions

Le commerce sur mobile étant en plein essor, les utilisateurs exigent une plus grande fluidité des applications lors de toutes les étapes, de la recherche à l'achat du produit, en passant par la consultation des avis et des informations le concernant. Voici comment créer une expérience utilisateur optimale afin de générer davantage de conversions.

9 Fournissez un historique des recherches et des achats

Pour permettre à l'utilisateur de gagner du temps et de l'énergie, faites en sorte que les données sur ses recherches précédentes et ses achats récents soient immédiatement disponibles. Ceci est particulièrement important pour les applications utilisées fréquemment, dans lesquelles les mobinautes effectuent souvent des recherches ou des achats.

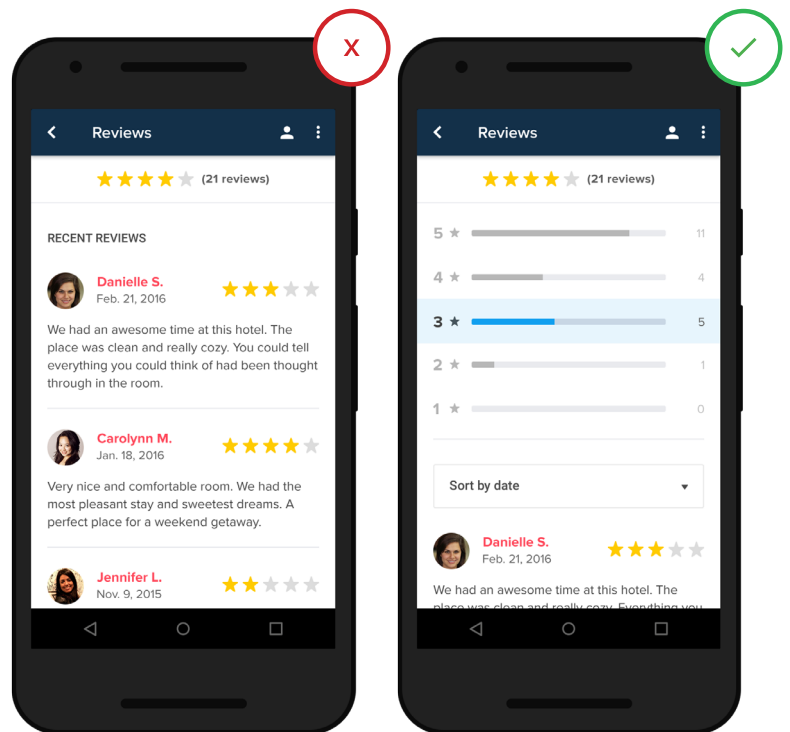


X Le mobinaute doit systématiquement saisir ses termes de recherche, même s'il les a déjà utilisés par le passé.

✓ Le mobinaute peut facilement consulter ses recherches précédentes et les utiliser.

10 Présentez les avis des utilisateurs avec des options de tri et de filtrage

Lors du choix d'un produit, les avis des utilisateurs sont décisifs. Plus un article est commenté, plus les acheteurs potentiels sont confiants. Regroupez les avis des clients, et proposez des options de filtrage et de tri afin que l'utilisateur puisse connaître les avantages du produit "en condition réelle". Offrez-lui la possibilité d'afficher les avis les plus positifs, les plus négatifs et les plus récents afin d'identifier les points qui font l'objet de commentaires récurrents. Les utilisateurs apprécient également de pouvoir consulter les avis validés rédigés par les consommateurs qui ont acheté l'article.

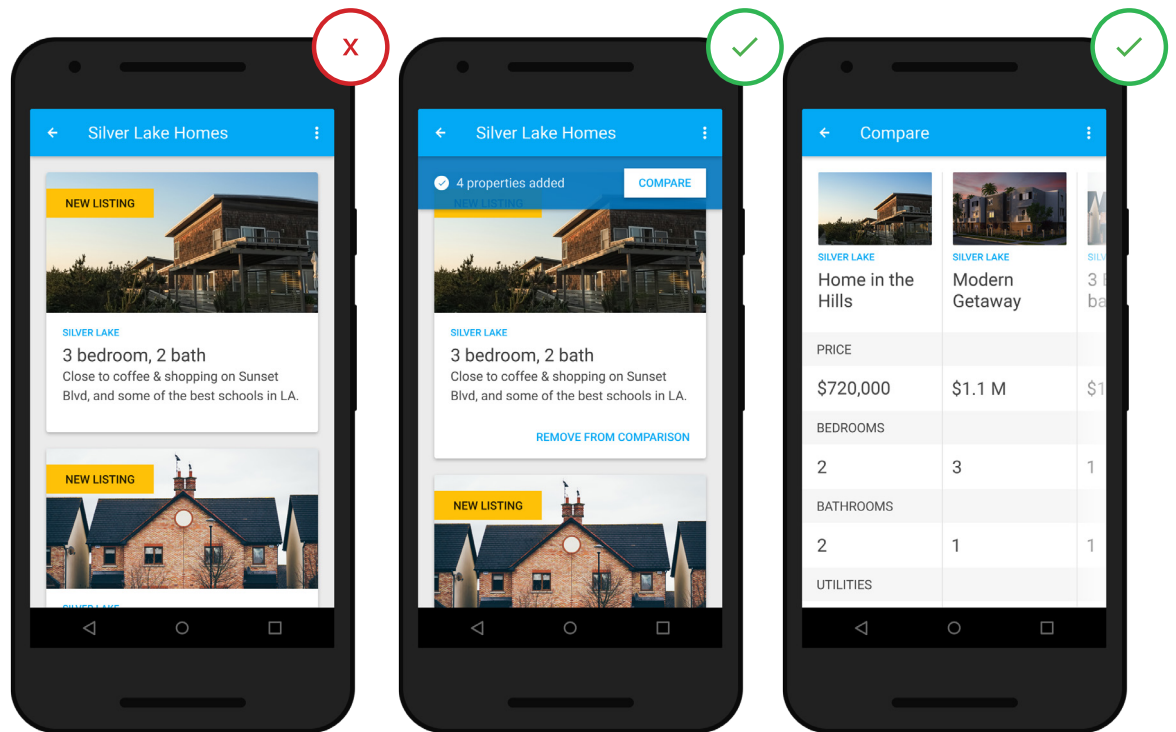


X Les options de filtrage des avis d'utilisateurs n'existent pas ou sont masquées.

✓ Le filtrage et le tri des avis d'utilisateurs sont activés.

11 Offrez la possibilité de comparer les produits

Lorsque les utilisateurs réalisent des achats, ils souhaitent pouvoir comparer facilement les articles qui les intéressent. Si l'application ne le permet pas, ils n'ont pas d'autre choix que de placer les produits dans leur panier pour les comparer ou de se souvenir des articles qu'ils souhaitent de nouveau consulter par la suite. Sur le Web, les consommateurs peuvent contourner le problème en ouvrant différents onglets afin de comparer les produits. Pour aider les mobinautes à prendre leurs décisions d'achat, intégrez une fonctionnalité de comparaison de produits dans votre application.

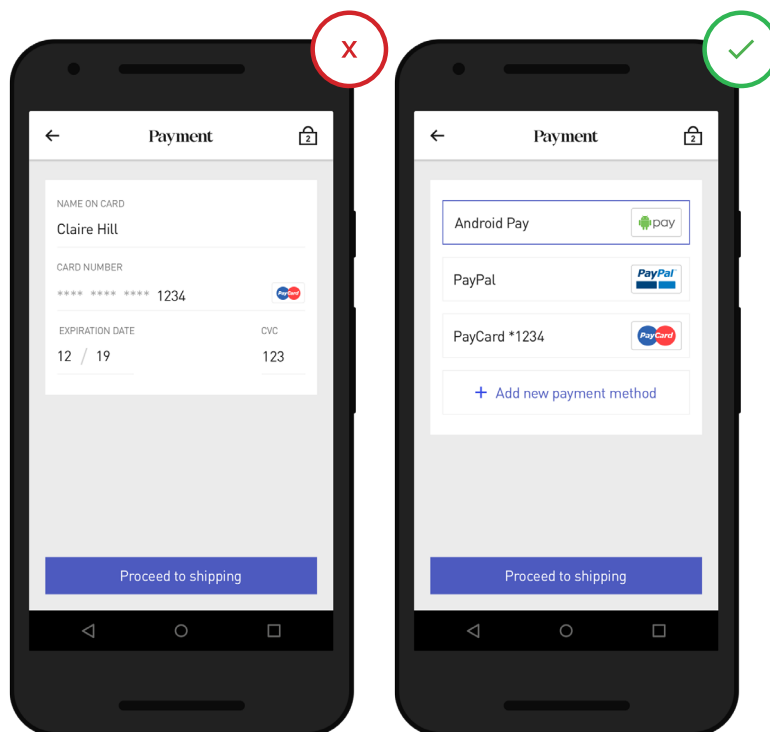


X Le mobinaute doit se souvenir des articles qu'il souhaite comparer à d'autres.

✓ Le mobinaute peut effectuer directement des comparaisons entre les biens immobiliers grâce à un outil dédié.

12 Proposez plusieurs options de paiement tierces

Les utilisateurs s'attendent à pouvoir régler leurs achats à l'aide de systèmes de paiement tiers. Les applications qui proposent ces options de paiement, telles que PayPal, Apple Pay et Android Pay, renforcent le sentiment de sécurité chez le mobinaute tout en lui évitant d'avoir à remplir un formulaire supplémentaire lors du règlement.

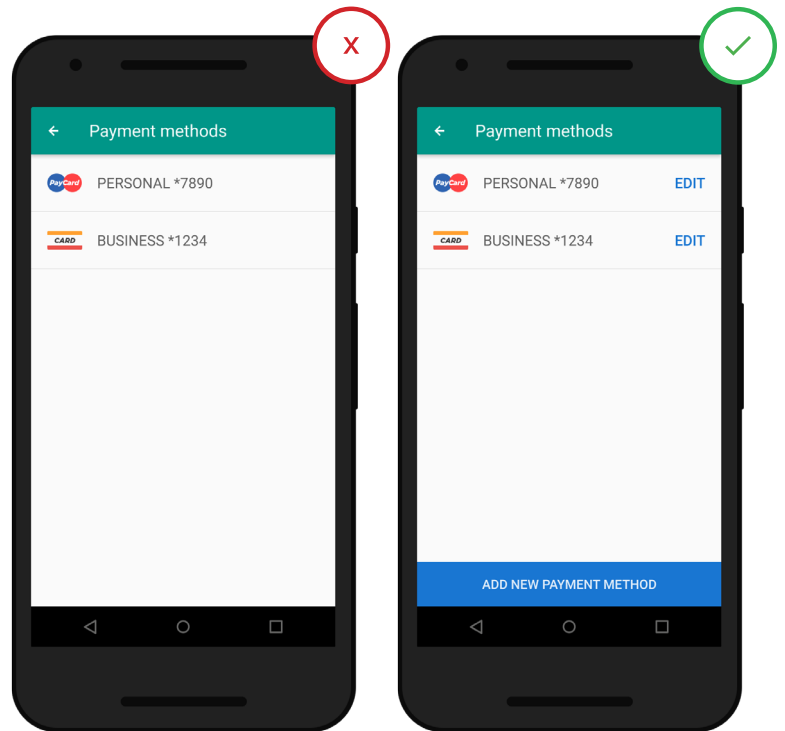


X Une seule option de paiement est proposée au mobinaute.

✓ Le mobinaute peut choisir le mode de paiement qui lui convient.

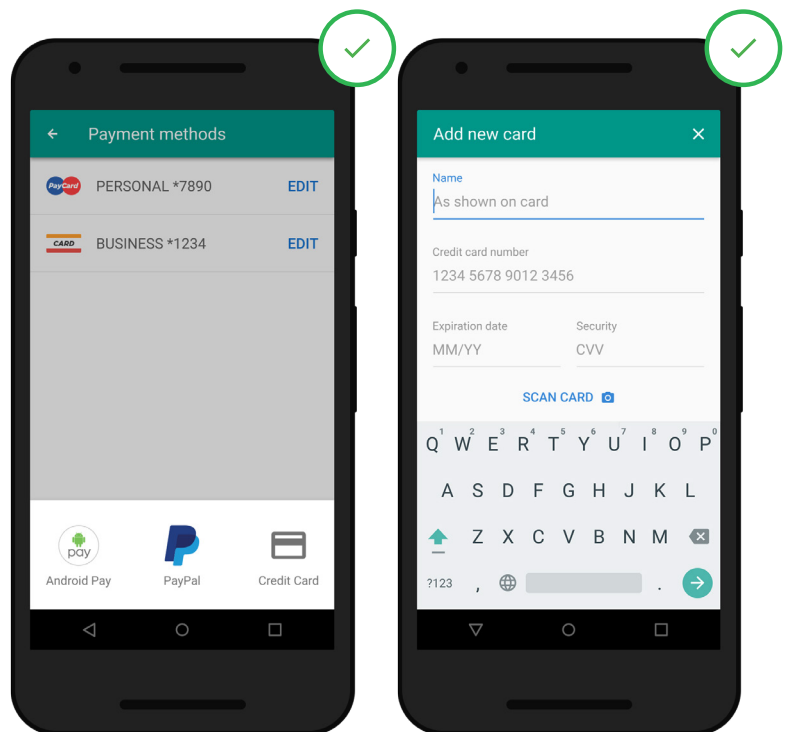
13 Simplifiez l'ajout et la gestion des modes de paiement

Pour satisfaire les utilisateurs, facilitez le stockage des informations de paiement et limitez le nombre d'étapes dans le processus. Créez une page simple pour la saisie des informations de carte de paiement, et proposez des options comme le pavé numérique et la numérisation de la carte de paiement. Faites en sorte que l'utilisateur puisse ajouter plusieurs cartes et passer facilement de l'une à l'autre.



X Le mobinaute n'a pas la possibilité de modifier le mode de paiement ni d'en ajouter un.

✓ Le mobinaute peut modifier les modes de paiement enregistrés et en ajouter d'autres.



✓ Le mobinaute peut modifier les modes de paiement enregistrés et en ajouter d'autres.

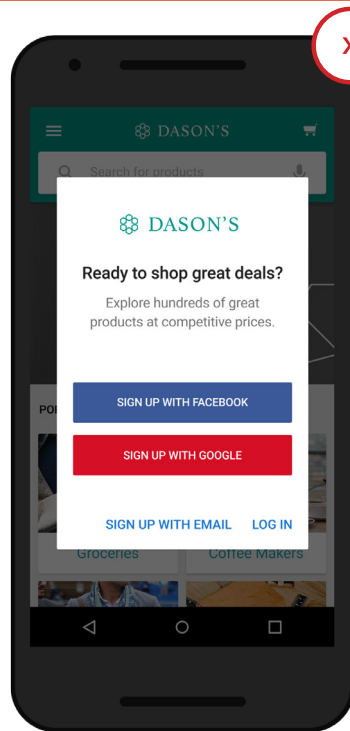


Chapitre 4 : Inscription

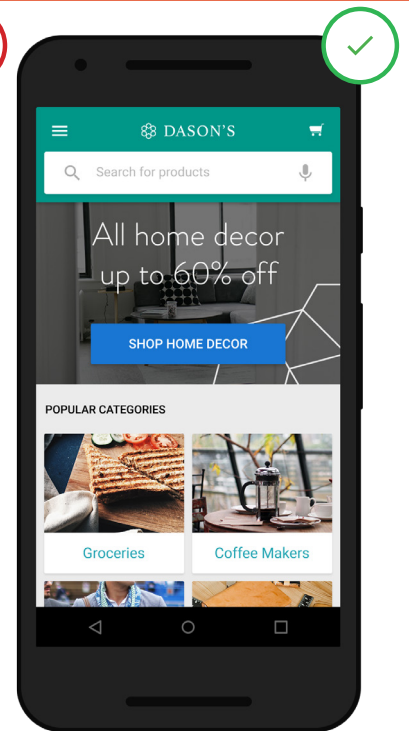
L'inscription permet de communiquer auprès de l'utilisateur, d'accélérer les futures opportunités de conversion et d'optimiser l'évolution de la relation. Toutefois, elle est souvent source de tension et peut être un obstacle à la conversion. Nous allons vous expliquer comment mettre en place une procédure d'inscription qui permettra aux utilisateurs d'accéder plus rapidement au contenu ou à la fonctionnalité dont ils ont besoin.

14 Présentez clairement les fonctionnalités proposées avant de demander aux utilisateurs de s'inscrire

Les mobinautes abandonnent les applications qui leur demandent rapidement de saisir des informations personnelles, sauf si vous proposez un service dont ils peuvent bénéficier instantanément (par exemple, la possibilité de réserver une voiture ou de commander un plat). Si vous souhaitez demander aux utilisateurs de s'inscrire dès le début de la navigation, vous devez agir avec précaution, surtout s'il est difficile de reconnaître la marque ou de comprendre la proposition de valeur. N'adoptez cette stratégie que si nécessaire. Par exemple, au moment de la conversion, de nombreux éditeurs proposent la possibilité de régler les achats en tant qu'invité.



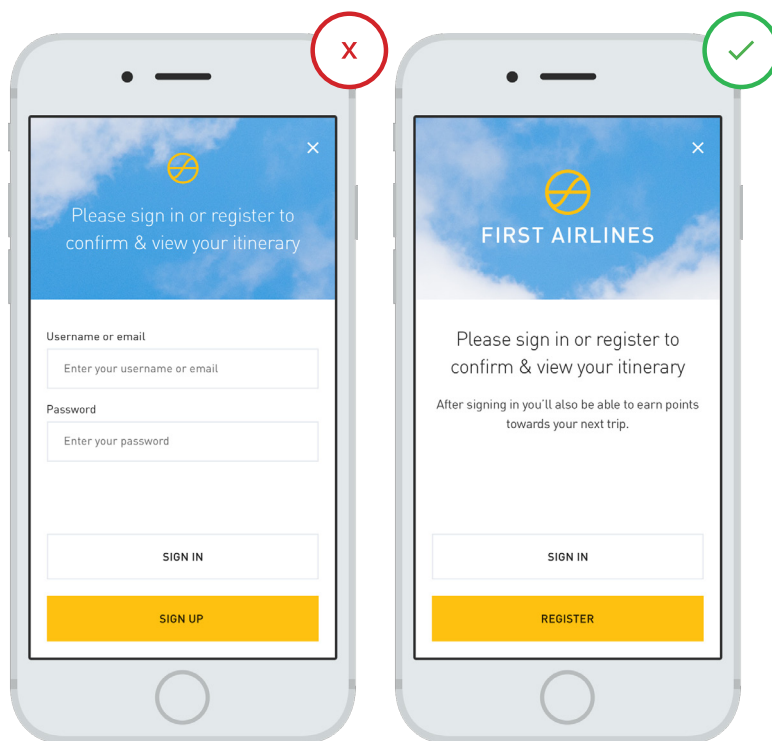
✗ L'application exige une inscription préalable, ce qui constitue un obstacle important pour le mobinaute.



✓ L'expérience proposée est attrayante dès le début, sans obligation de saisie d'informations personnelles.

15 Faites bien la distinction entre "connexion" et "inscription"

Lorsqu'ils souhaitent créer un compte, de nombreux utilisateurs font l'erreur d'appuyer sur le bouton "Connexion". Ils sont alors invités à saisir un mot de passe. En général, cette situation se produit lorsque le mobinaute parcourt l'écran rapidement et part du principe que le premier bouton d'incitation à l'action qu'il remarque est celui sur lequel il doit appuyer. Vous devez clairement différencier vos boutons "Connexion" et "Inscription" pour que l'utilisateur puisse effectuer rapidement l'action de son choix.

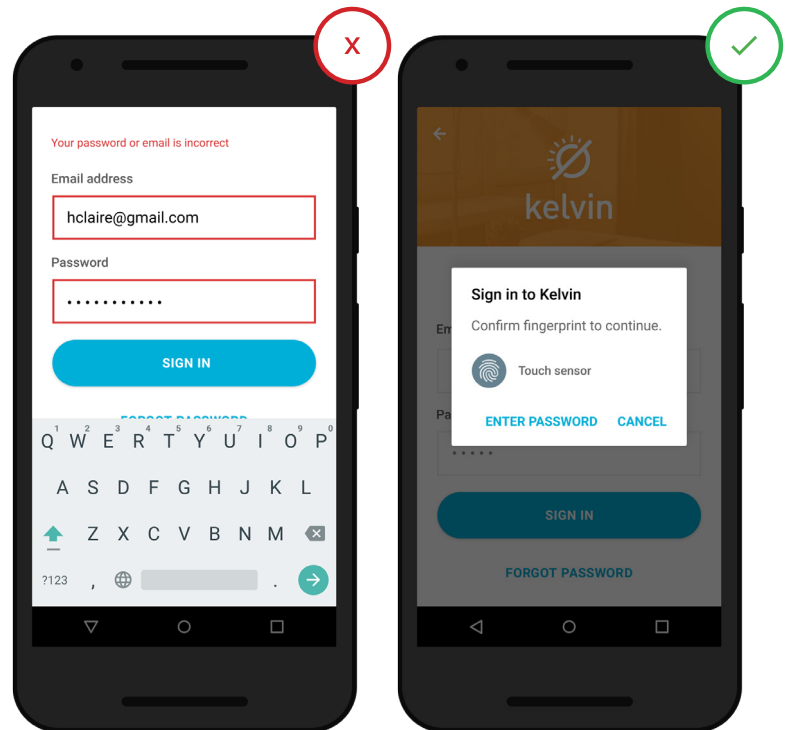


X Une distinction insuffisante entre les incitations à l'action peut générer des erreurs.

✓ L'interface est simple, et les incitations à l'action sont bien différenciées.

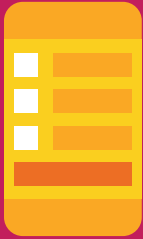
16 Optimisez le processus d'authentification par mot de passe

Les utilisateurs s'énervent lorsqu'ils doivent suivre une procédure compliquée en plusieurs étapes pour créer ou réinitialiser leur mot de passe. Pour éviter qu'ils n'abandonnent le processus, simplifiez l'authentification. Réduisez le nombre d'étapes requises ou utilisez diverses méthodes, telles que la connexion via une plate-forme tierce ou par empreinte digitale.



X L'authentification par mot de passe est souvent source d'erreur.

✓ L'expérience est optimale grâce à une procédure d'authentification efficace, comme la connexion par empreinte digitale.

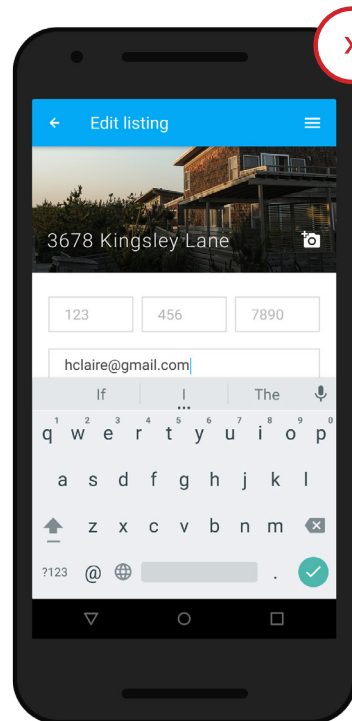


Chapitre 5 : Saisie d'informations dans les formulaires

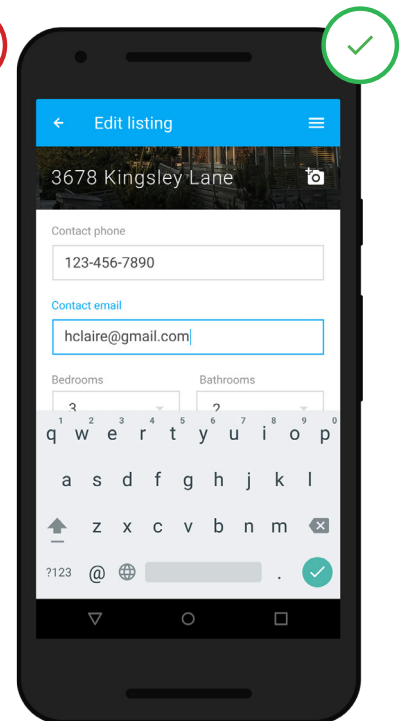
Les formulaires s'affichent aux moments les plus importants. Aidez les utilisateurs à les remplir facilement et rapidement en suivant ces bonnes pratiques.

17 Créez des formulaires ergonomiques

Les formulaires doivent permettre aux utilisateurs de saisir leurs informations naturellement. Créez des écrans capables d'interpréter plusieurs formats de saisie, au lieu d'obliger l'utilisateur à s'adapter aux restrictions de l'application. Veillez également à ce qu'aucun élément d'interface (tel que le clavier) ne masque les champs du formulaire. Une fois qu'une personne a rempli un champ, faites défiler ce dernier automatiquement vers le haut de l'écran. Nous vous recommandons également d'inclure des fonctionnalités permettant de faciliter la tâche de l'utilisateur (par exemple, la saisie et la mise en majuscule automatiques, et la numérisation de cartes de paiement).



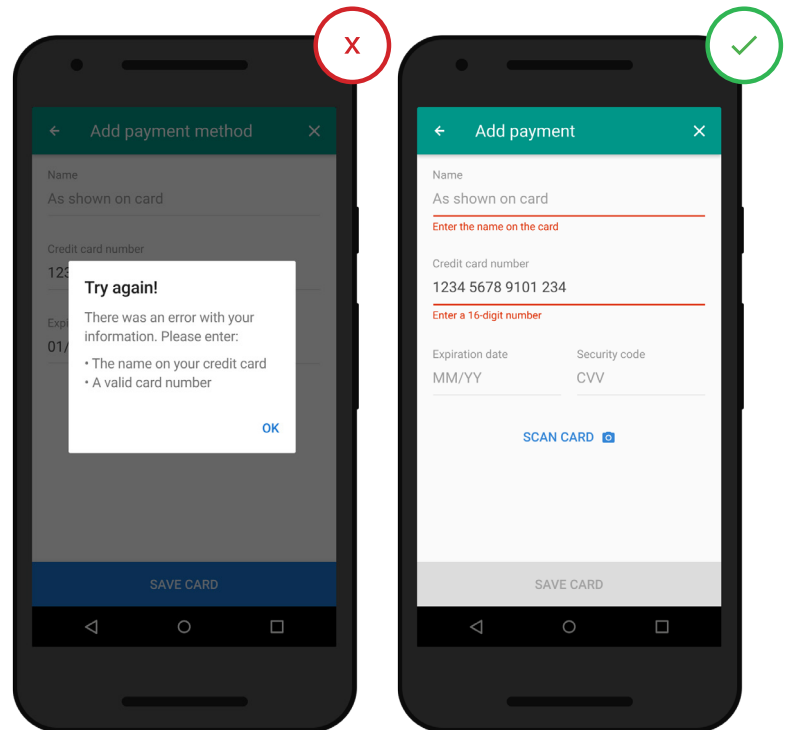
X Le format utilisé pour la saisie est normatif (par exemple, trois champs pour un numéro de téléphone), et les champs suivants du formulaire sont masqués derrière le clavier.



✓ Les champs permettent aux utilisateurs de mettre en forme leur texte de façon flexible, et le formulaire défile vers le haut à mesure qu'il est rempli.

18 Indiquez les erreurs en temps réel dans le formulaire

Les utilisateurs détestent découvrir qu'ils ont fait une erreur alors qu'ils sont sur le point d'envoyer un formulaire terminé. Afin de leur éviter ce type de déconvenue, prévenez-les immédiatement lorsqu'un problème doit être corrigé. Pensez également à toujours leur indiquer qu'une zone du formulaire a été bien renseignée ou validée. Testez votre formulaire afin de vous assurer qu'il est facile à remplir, sans interruption.

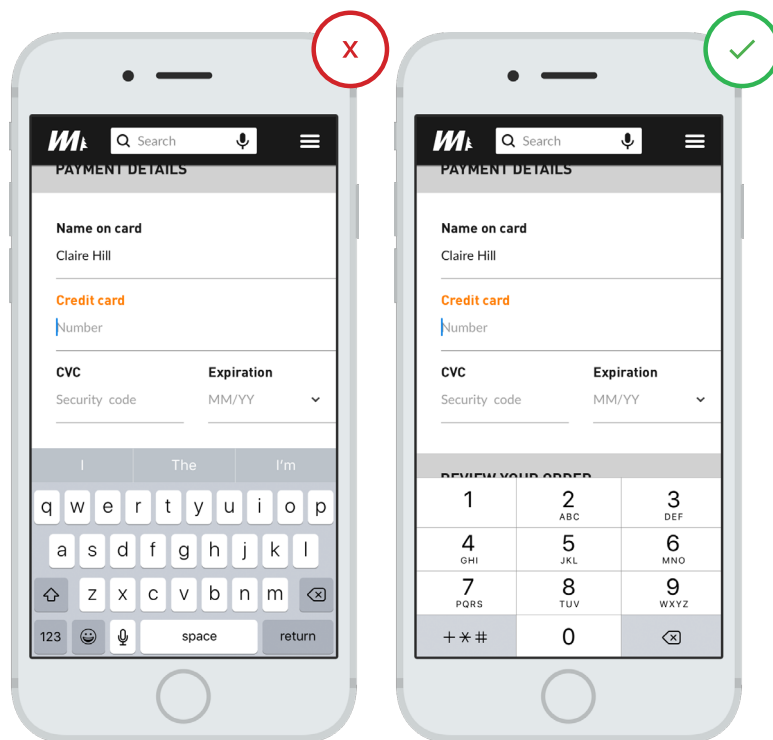


X Les informations saisies ne sont pas validées tant que l'utilisateur n'a pas envoyé le formulaire. De plus, le message d'erreur ne donne aucun contexte ni aucune recommandation concrète sur les problèmes à corriger.

✓ Des messages d'erreur concrets s'affichent en temps réel selon le contexte dès que l'utilisateur a fini de saisir des informations.

19 Affichez un clavier adapté au texte à saisir

Les utilisateurs d'applications apprécient que le clavier affiché soit adapté au texte à saisir. Veillez à ce que cette fonctionnalité soit disponible dans l'ensemble de l'application, pas seulement pour certaines tâches.

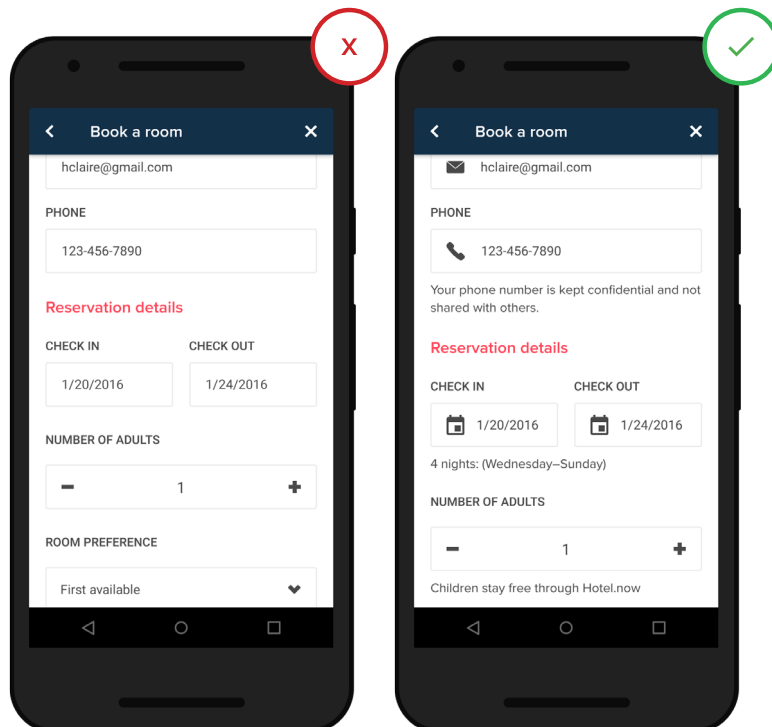


X L'utilisateur doit appuyer sur la touche numérique du clavier afin de pouvoir saisir des chiffres.

✓ Un clavier numérique adapté s'affiche automatiquement pour les champs où l'utilisateur doit saisir des chiffres.

20 Fournissez des informations utiles dans les formulaires selon le contexte

Aidez les utilisateurs à remplir facilement le formulaire en leur offrant des informations contextuelles et pertinentes. Par exemple, lorsqu'ils doivent prévoir des dates, ils apprécient d'avoir accès à un agenda mensuel leur permettant d'identifier les jours de la semaine. Vous les dispensez ainsi d'avoir à quitter l'application pour consulter le calendrier de leur smartphone. Autre avantage : vous leur évitez de se laisser distraire par une autre tâche.



X Les utilisateurs n'ont accès à aucune fonctionnalité appropriée pour saisir leurs informations, et aucun texte d'aide n'est affiché pour les aider à remplir le formulaire.

✓ Une fonctionnalité pratique (telle que des widgets de calendrier) est disponible pour faciliter la saisie de données. Des explications succinctes sont également affichées.

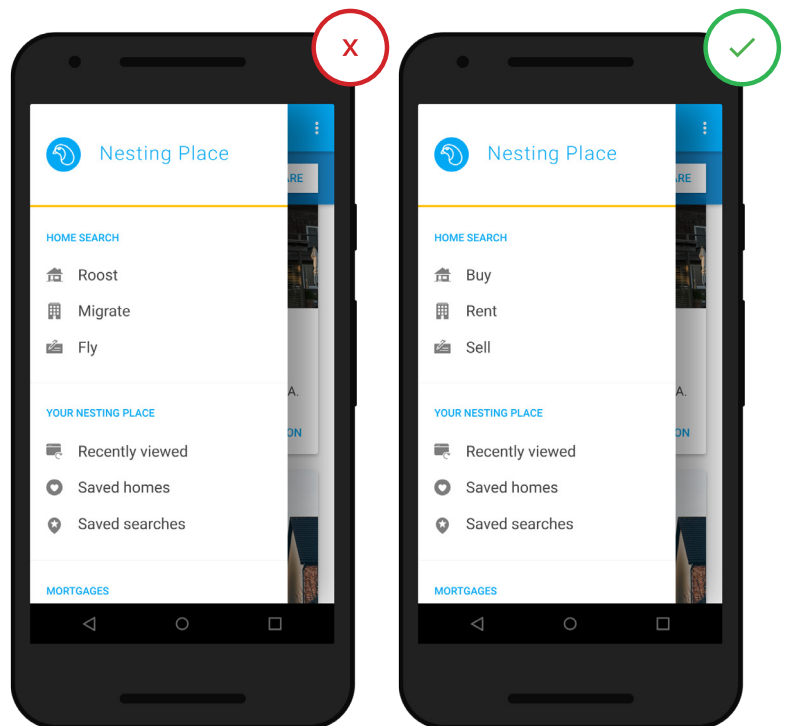


Chapitre 6 : Facilité d'utilisation et compréhension

En matière de conception, des décisions pertinentes appliquées à l'intégralité de l'application peuvent s'avérer essentielles pour assurer une bonne expérience utilisateur. Grâce aux principes présentés ici, vous pouvez concevoir une application répondant aux besoins des mobinautes.

21 Adaptez votre langage aux utilisateurs

Les mots ou les expressions méconnus peuvent contribuer à rendre l'expérience utilisateur laborieuse. Si vous incluez des termes propres à votre marque dans les libellés des incitations à l'action, le mobinaute pourrait se sentir perdu. La clarté de la communication et la fonctionnalité doivent toujours être prioritaires par rapport à la promotion du message de marque.

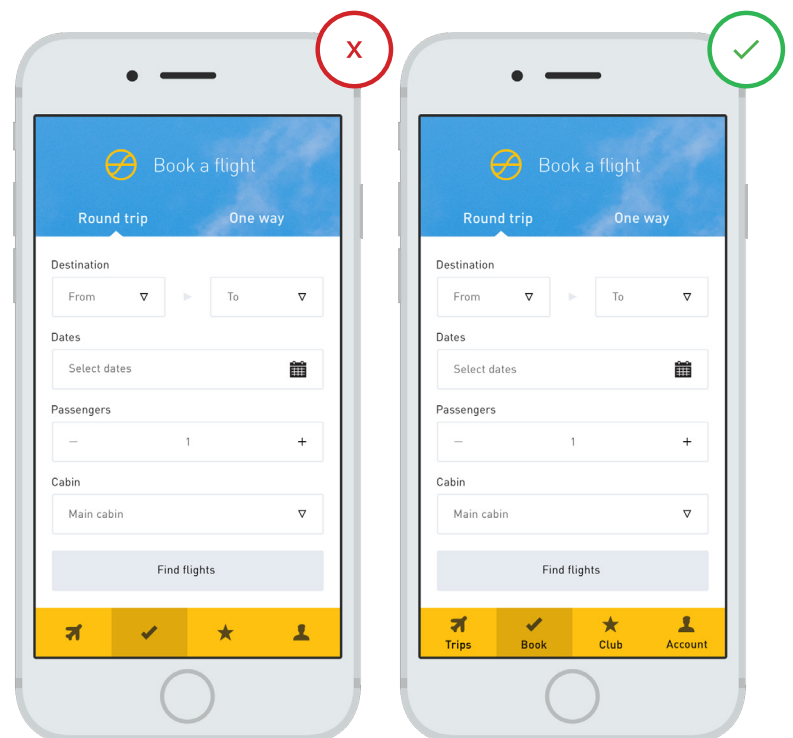


X L'emploi de termes inhabituels ("S'installer", "Migrer" ou "Partir", par exemple) peut prêter à confusion et empêcher les utilisateurs de trouver les informations qu'ils cherchent et de comprendre le fonctionnement de votre application.

✓ La terminologie utilisée est claire ("Acheter", "Louer", "Vendre") et ne comporte pas de jargon inutile ni de termes fantaisistes.

22 Fournissez des libellés textuels et des indications visuelles pour clarifier les informations affichées

Pour qu'ils soient cohérents et correctement interprétés, les visuels et les icônes doivent inclure des libellés textuels. D'après les études que nous avons réalisées, les icônes d'un menu, d'un panier, d'un compte ou d'un outil de localisation de magasins ne sont pas universelles et ne sont pas forcément bien comprises par les utilisateurs d'applications. C'est également le cas pour les fonctionnalités comme le filtrage ou le tri. Les icônes comportant un libellé sont beaucoup plus susceptibles d'être utilisées. De plus, dans les applications qui proposent une catégorisation visuelle sans indication, les mobinautes doivent deviner ce que les différentes catégories représentent. Veillez à inclure une indication afin de diminuer le risque de confusion et de permettre aux utilisateurs de se concentrer sur l'action à effectuer.

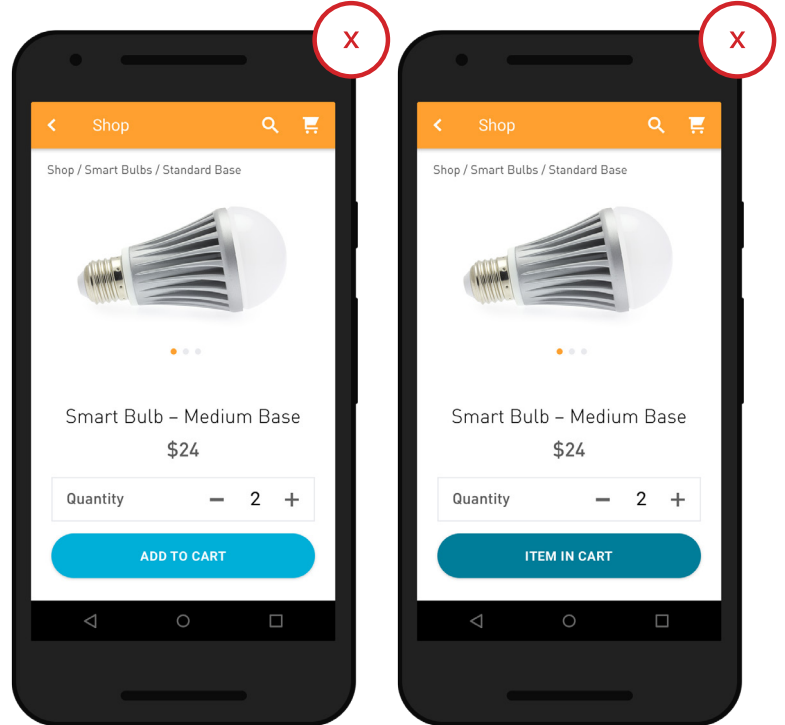


X Les icônes sans libellé sont souvent mal comprises et peuvent prêter à confusion.

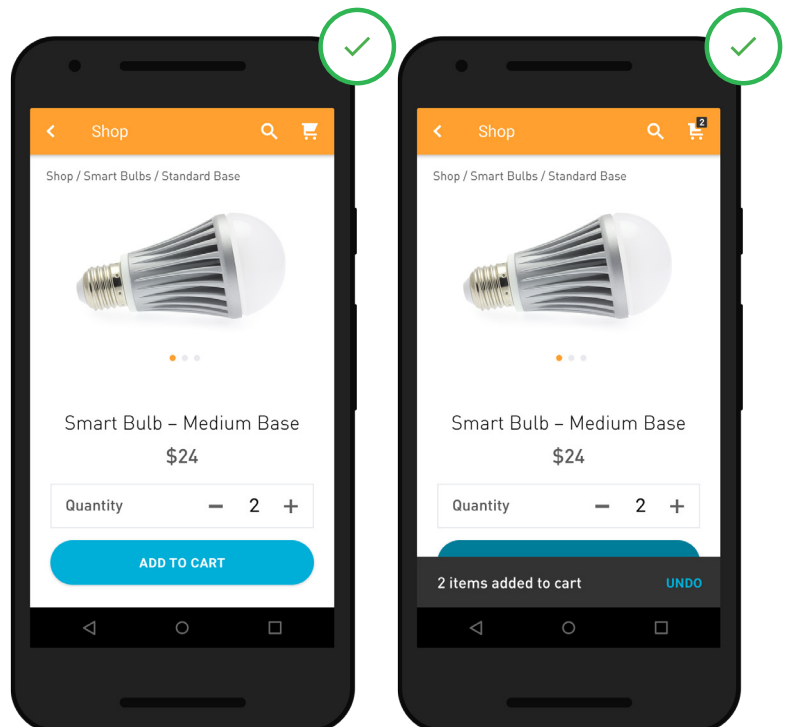
✓ Les icônes avec libellé permettent de s'assurer que le sens est facilement transmis et généralement compris.

23 Après une action importante, soyez réactif en fournissant une information visuelle

Lorsque l'utilisateur ajoute un article dans son panier ou passe une commande, il peut se demander si l'action a réellement été prise en compte si vous ne lui fournissez pas de retour d'information. Les applications qui proposent une animation ou un autre type de visuel évitent au mobinaute de se perdre en conjectures.



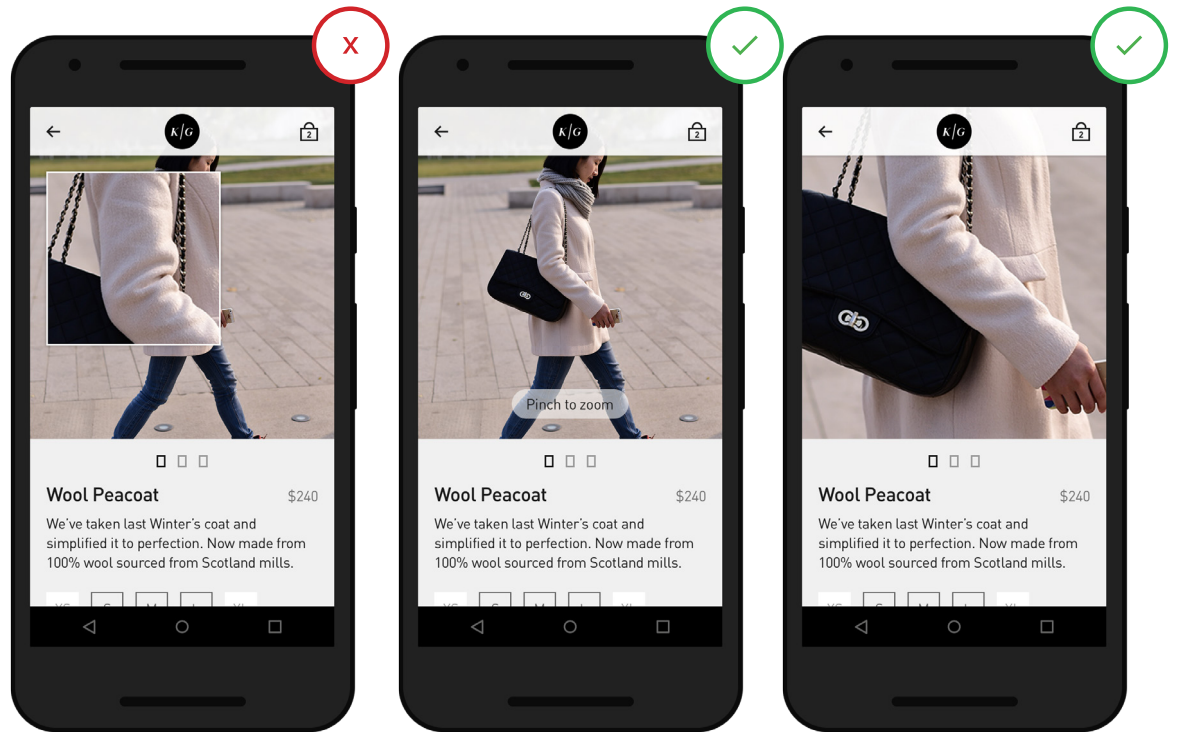
X Si vous ne fournissez aucune information visuelle après une action (telle que l'ajout d'un article au panier), l'utilisateur peut se demander si elle s'est réellement produite.



✓ Grâce à un retour d'information visuel clair, sous la forme d'une notification "toast", vous confirmez que l'action s'est produite.

24 Laissez les utilisateurs contrôler le niveau de zoom

Lorsqu'ils affichent une image, les utilisateurs souhaitent avoir la possibilité de choisir le niveau de zoom. Ils peuvent être frustrés si l'application applique une valeur prédéfinie, en particulier si le niveau de zoom les force à examiner une partie précise du produit ou si l'image est partiellement masquée. Offrez-leur la possibilité de zoomer comme ils le souhaitent sur l'élément de leur choix.

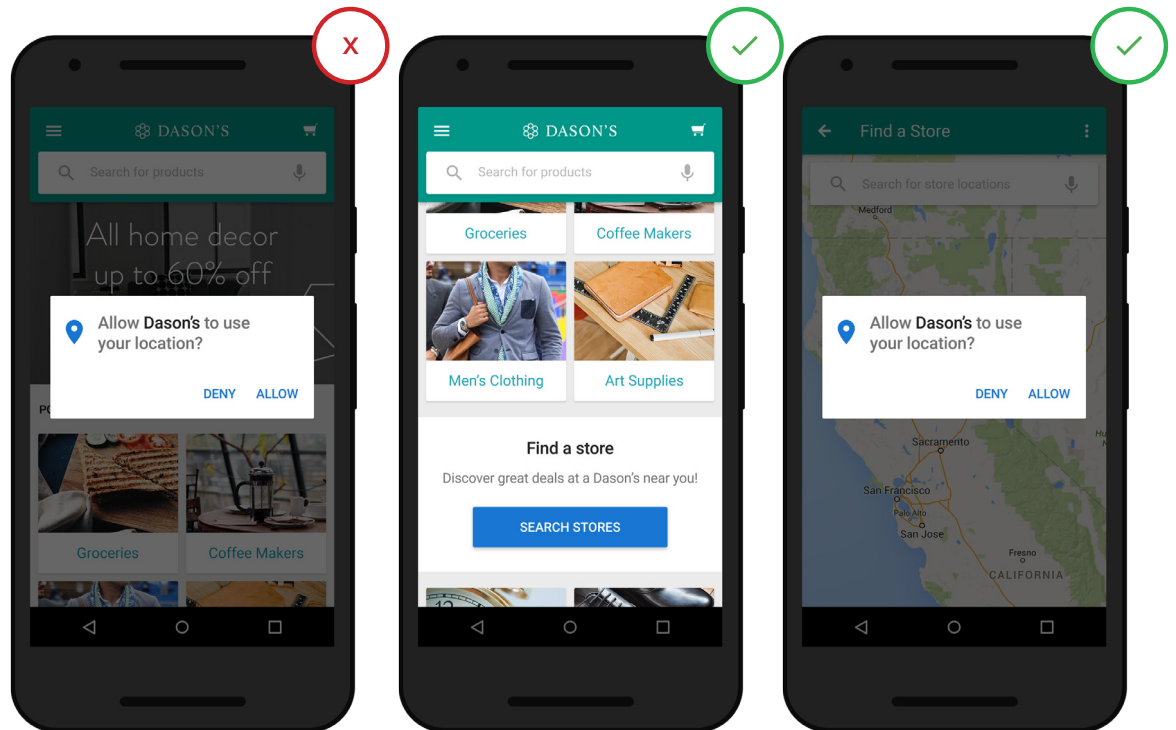


X La fonction de zoom est limitée à certains éléments et à un niveau prédéfini, ce qui risque d'agacer les utilisateurs.

✓ L'utilisateur contrôle le niveau de zoom et la zone concernée.

25 Demandez les autorisations en contexte

Les utilisateurs peuvent se retrouver bloqués s'ils refusent de donner une autorisation indispensable au bon fonctionnement de l'application. Pour limiter ce problème, les applications doivent demander les autorisations en contexte et préciser ce qui pourra être réalisé grâce à cet accès. Les utilisateurs sont plus susceptibles de donner une autorisation si cette dernière est demandée pendant une tâche pertinente.



X L'utilisateur est invité à autoriser l'accès à sa position, sans pertinence par rapport au contexte ou à la tâche en cours.

✓ L'utilisateur est invité à autoriser l'accès à sa position dans le contexte d'une tâche pertinente, après qu'il a effectué une recherche d'adresses de magasins.



Des outils pour passer à l'action

Maintenant que vous connaissez les 25 principes de conception d'une application mobile, nous vous proposons quelques ressources utiles qui vous aideront à développer votre application et à fidéliser les utilisateurs.

Les 25 principes de conception d'une application mobile que nous vous avons présentés incluent de nouvelles recommandations sur la façon d'optimiser l'expérience utilisateur. Les thèmes suivants sont abordés : simplification de la navigation et de l'exploration, recherche dans l'application, conception adaptée au commerce et aux conversions, inscription, saisie de données dans les formulaires et facilité d'utilisation. Nous vous recommandons de comparer l'expérience que vous proposez à chaque principe de notre guide et de hiérarchiser les améliorations à apporter à votre application pour corriger les éventuelles failles.

Maintenant que la conception de votre application vous permet d'atteindre vos objectifs en termes d'expérience utilisateur, vous pouvez intensifier votre action marketing. Celle-ci ne doit pas simplement servir à attirer de nouveaux mobinautes : elle doit correspondre au cycle de vie de votre application. Pour développer votre base d'utilisateurs actifs, assurez-vous qu'ils continuent à interagir avec votre application et invitez-en d'autres à partager l'expérience.

Stratégie d'optimisation des résultats

Voici quelques outils qui vous aideront à élaborer une stratégie d'optimisation des résultats tout au long du cycle de vie de votre application :

1. Optimisez la visibilité de votre application et l'acquisition grâce à une stratégie de croissance dédiée aux installations. Pour plus d'informations sur la croissance via Google, consultez notre guide [Générer des téléchargements d'applications mobiles](#).
2. Accueillez les utilisateurs, attirez-en de plus en plus en plus et suscitez leur intérêt grâce à un [message](#) simple et fiable, que ce soit sur Android, iOS ou Chrome.
3. Pensez à créer une stratégie axée sur l'intérêt et l'interaction afin de fidéliser les utilisateurs. Vous pouvez susciter leur intérêt à l'aide d'outils spécifiques, tels que les [liens profonds](#) et les campagnes publicitaires de type [Intérêt pour une application mobile](#).
4. Développez votre base d'utilisateurs grâce aux recommandations, via la fonctionnalité [App Invites](#) de Google.



Liste de contrôle des principes de conception d'applications mobiles



Navigation et exploration dans l'application

- Affichez dès le départ les avantages de l'application.
- Organisez et libellez les catégories des menus pour qu'ils soient conviviaux.
- Faites en sorte que les utilisateurs puissent revenir facilement à l'étape précédente.
- Offrez la possibilité de modifier facilement la position géographique.
- Créez des transitions fluides entre l'application et le site Web mobile.



Recherche dans l'application

- Mettez en évidence le champ de recherche.
- Optimisez l'indexation pour faciliter la recherche.
- Proposez des options de tri et de filtrage.



Commerce et conversions

- Fournissez un historique des recherches et des achats.
- Présentez les avis des utilisateurs avec des options de tri et de filtrage.
- Offrez la possibilité de comparer les produits.
- Proposez plusieurs options de paiement tierces.
- Simplifiez l'ajout et la gestion des modes de paiement.



Inscription

- Présentez clairement les fonctionnalités proposées avant de demander aux utilisateurs de s'inscrire.
- Faites bien la distinction entre "connexion" et "inscription".
- Optimisez le processus d'authentification par mot de passe.



Saisie d'informations dans les formulaires

- Créez des formulaires ergonomiques.
- Indiquez les erreurs en temps réel dans le formulaire.
- Affichez un clavier adapté au texte à saisir.
- Fournissez des informations utiles dans les formulaires selon le contexte.



Facilité d'utilisation et compréhension

- Adaptez votre langage aux utilisateurs.
- Fournissez des libellés textuels et des indications visuelles pour clarifier les informations affichées.
- Après une action importante, soyez réactif en fournissant une information visuelle.
- Laissez les utilisateurs contrôler le niveau de zoom.
- Demandez les autorisations en contexte.