



Azetone



Hewlett Packard
Enterprise



harris
interactive

Les grands enjeux B2B du marketing mobile

Edition 2016

Premiers résultats – juin 2016

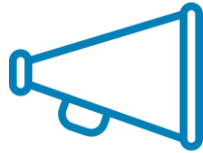


Objectifs de l'enquête et méthodologie



Une étude pour **mieux comprendre les nouveaux enjeux des univers digital et mobile**, et ainsi appréhender les priorités des entreprises en 2016

160 professionnels du marketing interrogés



104 annonceurs
(grandes entreprises de + de 50 salariés, tous secteurs)



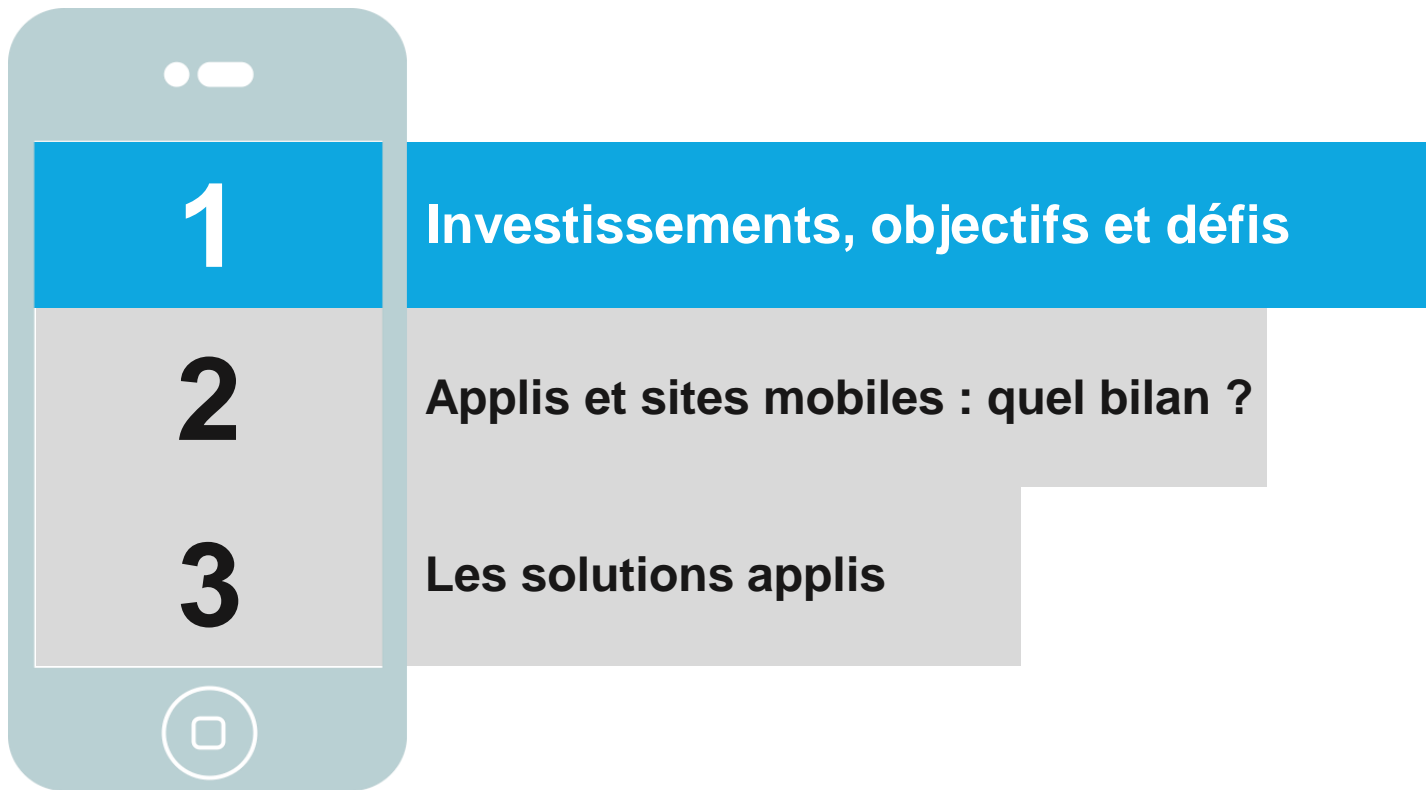
40 agences & régies



Et **19** experts indépendants

Vague 3

Etude online en mai et juin 2016
Questionnaire de 10 minutes





Les budgets mobiles : une croissance forte et continue

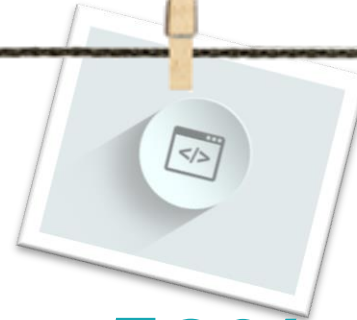
Répartition des investissements mobiles en 2016



41%

du budget consacré à la publicité / promotions mobiles

+



59%

du budget au développement de nouvelles fonctionnalités et maintenance des applis et sites mobiles

Et quelle évolution vs. 2015 ?

A la hausse : **67%**

A la hausse : **72%**

Q D'après-vous, comment se répartiront ces deux types d'investissements pour votre entreprise en 2016 ?

Q. Par rapport à 2015, ces investissements ont-ils évoluer à la hausse ou à la baisse en 2015 ? Hors annonceurs « incertains »



Quels objectifs associés au marketing mobile ? La personnalisation, une priorité !

1. Améliorer la personnalisation de l'expérience 76%

55% en 2015

2. Augmenter le taux de conversion 66%

52% en 2015

3. Augmenter la fréquentation 65%

43% en 2015

4. Augmenter la récurrence 61%

33% en 2015

5. Augmenter son ROI 49%

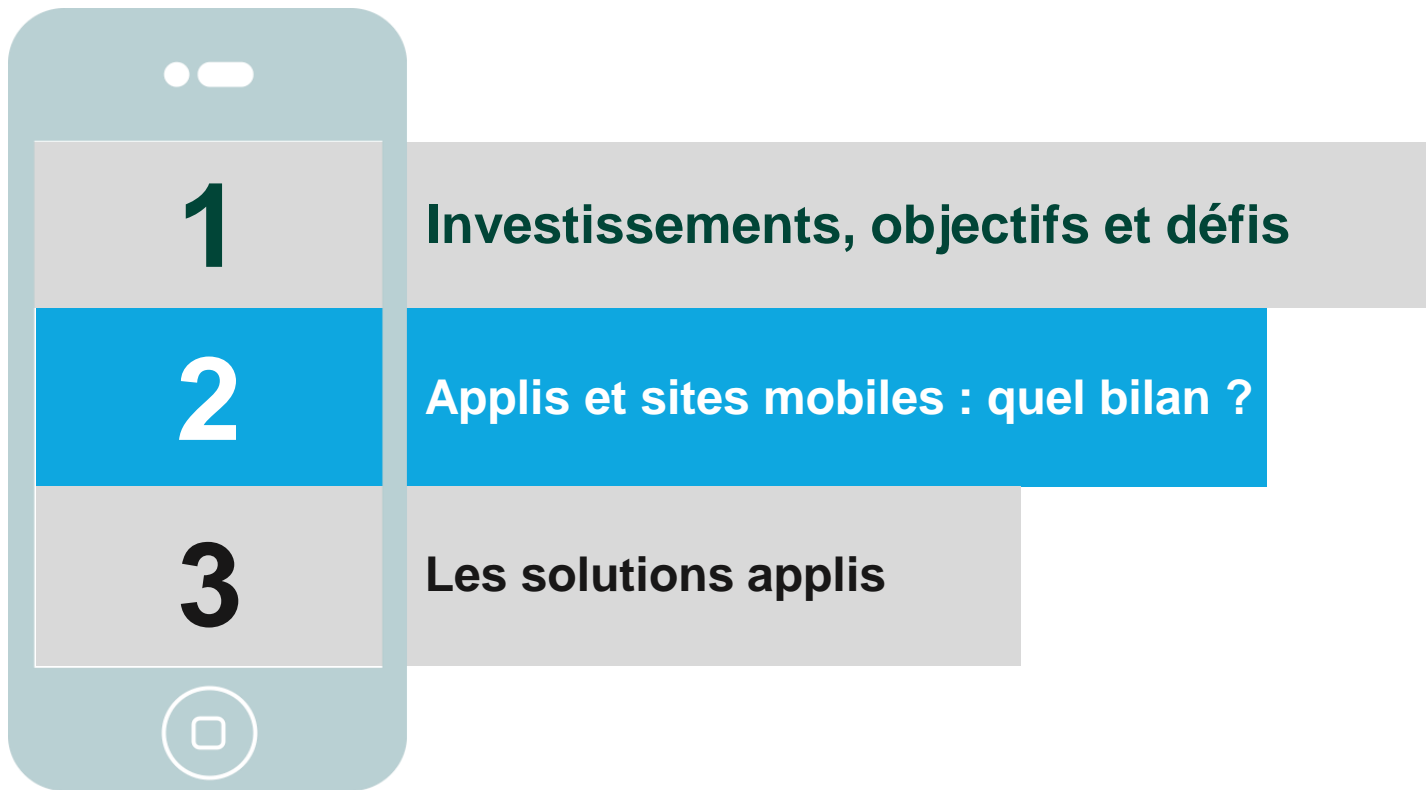
57% en 2015

Egalement:

- 6. Renforcer l'image d'entreprise : 43%
- 7. Intégrer les campagnes en multi-canal : 22%
- 8. Diminuer les coûts de maintenance : 18%
- 9. Diminuer les investissements externes : 14%

Q. Les objectifs de marketing mobiles suivants seront-ils importants ou non pour votre entreprise en 2016 ?

% essentiels





Annonceurs

Qu'est-ce qui caractérise une bonne appli mobile ?

Du point de vue des annonceurs, une bonne application, c'est...

Simplicité

Efficacité

Ergonomie

Fiable

Sécurité

Rapidité

Utilité

Mais surtout : un touchpoint essentiel !

89% des annonceurs jugent importante(s) leur(s) appli(s) vs les différents points de contacts clients

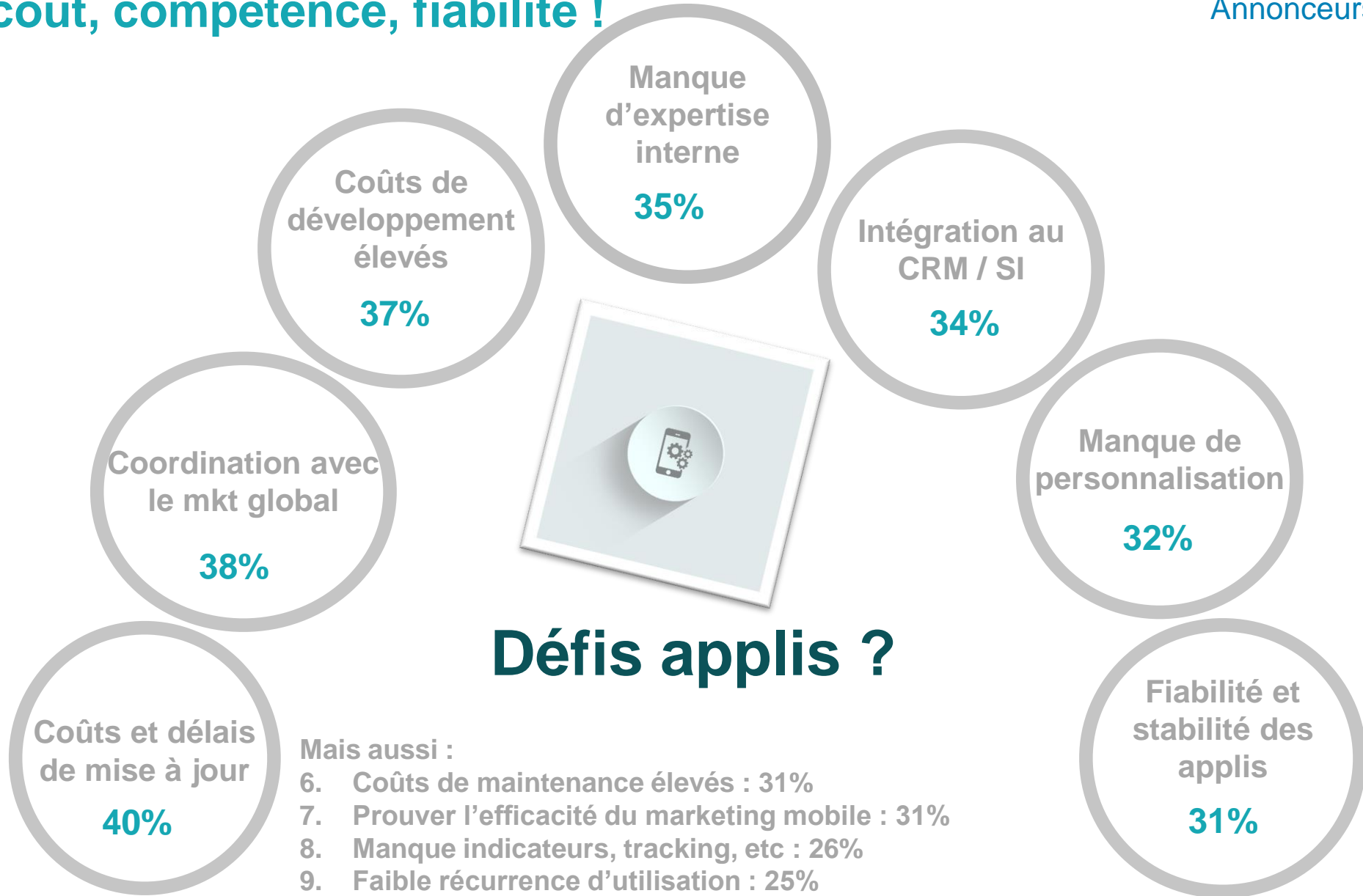


Q. Selon vous, quels sont tous les critères qui déterminent une bonne application mobile?

Q. Par rapport aux différents points de contact que vous avez avec vos clients, vous diriez que votre(vos) application(s) mobile(s) est(sont)...



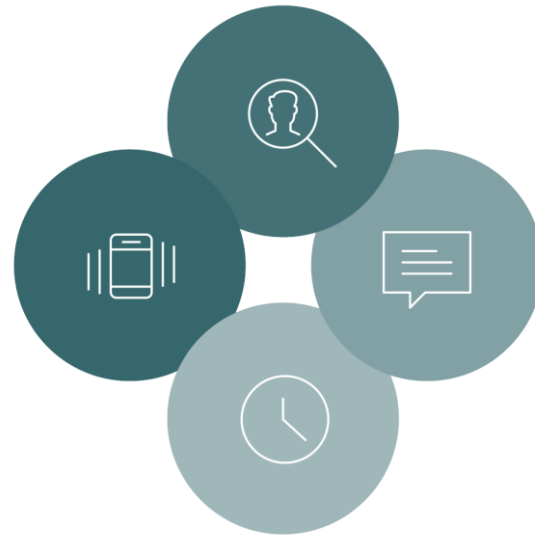
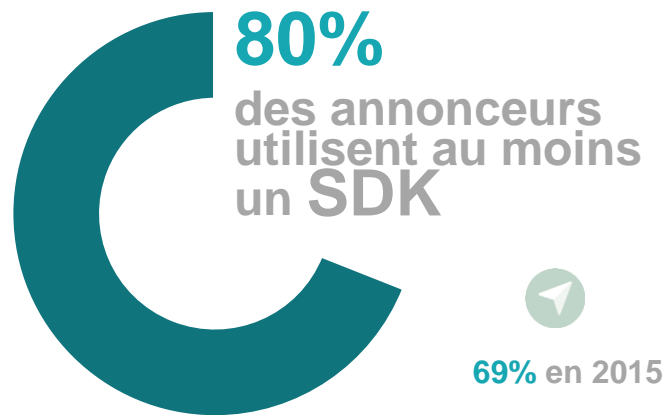
Malgré tout, encore certains défis au quotidien : coût, compétence, fiabilité !





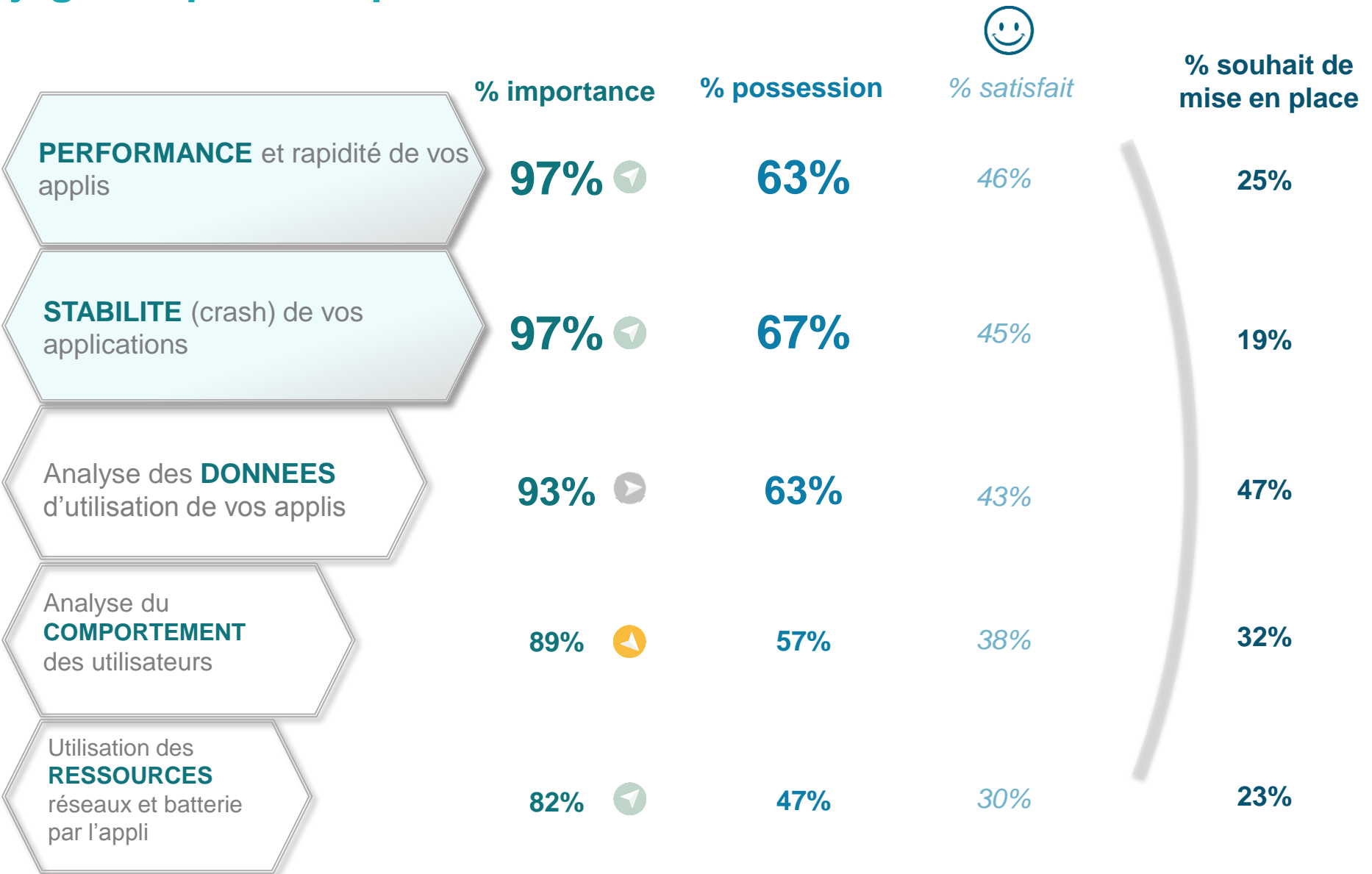


Les SDK (Software Development Kits) d'applications de plus en plus utilisés par les annonceurs équipés d'appli





Performance et stabilité des applications unanimement jugés importants par les annonceurs



Q. Par ailleurs, quelle importance accordez-vous aux éléments suivants pour vos applications mobiles? / Q. Parmi les types de solutions suivantes, pouvez-vous nous indiquer si vous les possédez pour vos applications mobiles et votre satisfaction? / Q. Et envisageriez-vous de mettre en place ce type de solutions pour vos applications?

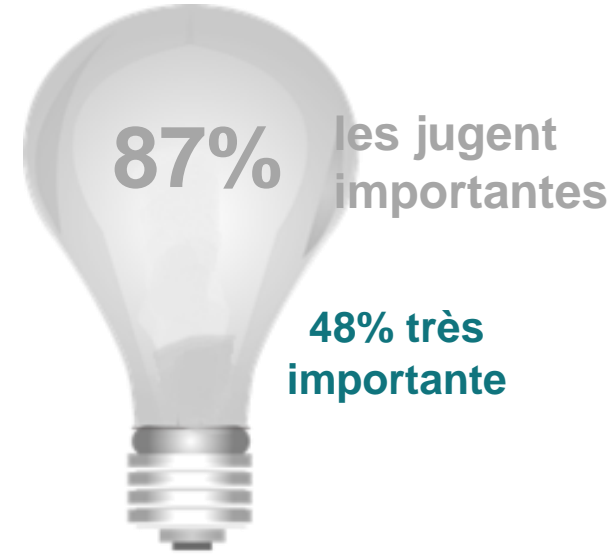


Une large proportion d'annonceurs accorde de l'importance aux solutions de personnalisation, d'A/B testing et d'UX analytics

Personnalisation

A/B testing

UX Analytics



Projet de mise en place ?

Projet de mise en place ?

Projet de mise en place ?

En 2016 : 35%

En 2016 : 44%

En 2016 : 40%

En 2017 : 45%

En 2017 : 30%

En 2017 : 33%

Q. Quelle importance accordez-vous aux éléments suivants pour vos applications?

Q. Et envisageriez-vous de mettre en place ce type de solutions à l'avenir? (base : annonceurs équipés d'applis mobiles)



Azetone



Hewlett Packard
Enterprise



harris
interactive

Les grands enjeux B2B du marketing mobile

Edition 2016

Premiers résultats – juin 2016

