

## DÉVELOPPER SON BUSINESS AVEC UN APP BUILDER

Un guide à **destination des agences** souhaitant étendre leur activité à la création d'applications de contenu ou e-commerce via **l'utilisation d'un app builder.** 



#### Sommaire

Introduction	3
#1 Pourquoi vous lancer dans la vente d'application mobile ?  Le marché des applications mobiles  Les Applications de contenu : des possibilités propres aux applications  Les Applications E-commerce : un canal de vente puissant pour vos clients.	4
#2 Pourquoi utiliser un App Builder ? Les avantages d'un App Builder Pourquoi choisir GoodBarber ? Dois-je dire à mes clients que j'utilise un App Builder?	10
#3 Quelles fonctionnalités GoodBarber propose à vos clients ?— App de contenu Apps e-commerce Customisations	<u> </u>
#4 Les essentiels d'une agence A quoi devez-vous penser avant de vous lancer? Quel mode de facturation adopter?	24
#5 Tester et publier votre app  Comment offrir à mes clients une prévisualisation de leur App?  Publier les Apps de mes clients  L'importance d'un compte développeur pour vos clients	_ 29
#6 Prêts ?	36
Contactez-nous!	38

#### Introduction

Chers lecteurs, merci d'avoir téléchargé notre guide à destination des agences et des freelances souhaitant créer et commercialiser des applications mobiles pour leurs clients.

Pour les freelances et les agences, proposer une solution d'application mobile à ses clients peut se révéler être un vrai défi. A travers ce guide, nous explorerons une solution simple et peu coûteuse : l'utilisation d'un App Builder! Pour vous assurer de vous mettre sur la bonne voie, nous avons rassemblé nos meilleurs conseils pour vous donner une longueur d'avance et vous permettre d'avoir une vision complète des facteurs clés qui vous assureront le succès de votre activité.

Voici donc une formation accélérée vous permettant d'être prêts à vous démarquer sur le marché des applications. A travers ce guide, vous (re)découvrirez les bonnes raisons de proposer une application mobile à votre client, qu'elle soit classique, c'est à dire diffusant du contenu, ou e-commerce, permettant les transactions en ligne.

#1

## POURQUOI VOUS LANCER DANS LA VENTE D'APPLICATION MOBILE ?



## Le marché des applications mobiles

#### Le marché des applications mobiles

Il y a quelques années, posséder un site internet était primordial pour une entreprise. De nos jours, ce sont les applications dont vous ne pouvez plus vous passer. Comme le disait Wendy Clark (PDG de DDB Worldwide): «Si votre stratégie ne prend pas en compte le mobile, votre stratégie n'est pas complète.»

Les entreprises du monde entier ne se contentent désormais plus d'optimiser leur site desktop sur mobile mais choisissent plutôt de produire des sites dédiés au mobile. A l'heure où la technologie devient de plus en plus partie intégrante de notre vie, le smartphone est devenu un incontournable. Aujourd'hui 50% du temps consacré au digital est dédié aux applications pour smartphone (aux Etats-Unis) : Le mobile a donc pris le dessus sur le desktop¹.

Incontournable, le mobile est aujourd'hui le premier écran de connexion pour les internautes et compte, selon Médiamétrie, près de 34 millions de mobinautes (une augmentation de 3 millions par rapport à l'année précédente). La tendance est à l'accélération quand on se penche sur les plus jeunes. Ainsi, les 15-24 passent les ¾ de leur navigation sur mobile et 60% exclusivement sur ce dernier.

Les usages et pratiques des internautes déterminent les stratégies à mettre en place, et quand on sait que les applications mobiles iOS et Android convertissent 3 fois plus que les sites responsives, il s'agit donc de prendre la mesure de l'importance des plateformes optimisées pour l'e-commerce.

Concernant l'utilisation, les applications natives et les PWA sont plus rapides qu'un site web! Pour rappel, la différence entre une App native et une PWA (Progressive Web App) est que cette dernière est accessible directement depuis votre navigateur, l'application native est téléchargeable depuis les stores.

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup>Source: https://www.comscore.com/Insights/Blog/Smartphone-Apps-Are-Now-50-of-All-US-Digital-Media-Time-Spent

Pour être plus précis, la PWA est une solution qui utilise les dernières technologies du Web pour proposer une expérience utilisateur similaire à celle des apps natives (rapidité, fluidité, fonctionnement hors-ligne). Les PWA se consultent comme des sites web, depuis une URL sécurisée, elles ne prennent pas de place dans la mémoire du téléphone.

Vous l'aurez compris, l'expérience utilisateur sur mobile sera toujours plus agréable et optimisée lorsque l'on utilise une app ou une PWA par rapport à un site web.

## Les Applications de contenu : des possibilités propres aux applications

#### • Diffuser son contenu plus efficacement. Accès hors ligne et notifications push

Un atout des applications est le fait que le contenu est accessible même sans connexion ! C'est un avantage essentiel et différenciant d'un simple site internet ! Cerise sur le gâteau en terme d'efficacité : les notifications push permettent d'atteindre directement l'utilisateur pour lui notifier de nouveau contenu, evenements ou autres actualités sur l'app.

#### • Construire et animer une communauté:

Qui dit application dit téléphone mobile ou tablette, et donc appareil photo et geolocalisation. Ces fonctionnalités propres à ces devices font très bon ménage quant au développement d'une communauté. Vous pourrez en profiter pour ajouter par exemple des fonctionnalités de chat géolocalisé. En ce sens, l'application sera plus interactive qu'un simple site.

Également, grâce au fait que l'application mémorise les identifiants, l'expérience utilisateur n'en est que meilleure car c'est inutile de s'authentifier à chaque fois Les applications permettent également de toucher une nouvelle cible (souvent plus jeune) et de ce fait, fait grandir la communauté.

#### Améliorer l'image de vos clients :

Lorsqu'une entreprise, un blogueur, une association ou encore un site d'actualité propose une application, son image de marque n'en est que renforcée.

En effet, proposer une App est gage de sérieux et d'engagement. Une présence sur les stores d'application n'est possible qu'après une validation des gestionnaires du Store (à la différence d'un site internet!). C'est une preuve de qualité tant au niveau des contenus que du design De plus, multiplier ses points de présence constitue une image d'entreprise établie. Le poids de votre client sur le marché n'est que plus important et son envergure s'accroît grâce à cette présence fortifiée.

#### • Fidéliser une clientèle

Comme vous le verrez par la suite avec une présentation des fonctionnalités de Goodbarber, une app permet de fidéliser les clients! Notamment à l'aide d'une carte de fidélité digitale ou encore une carte de membre. Par exemple, ce type de fonctionnalités sont des atouts essentiels pour vos clients restaurateurs. Quant aux cartes de membre, elles peuvent être idéales pour une salle de cinéma!

#### Les Applications E-commerce : un canal de vente puissant pour vos clients.

Développer des apps e-commerce vous permettra de proposer une offre complète et attractive à vos prospects et clients!

Pour les commerçants visionnaires, c'est l'occasion d'être présents sur mobile et de faciliter l'expérience utilisateur tout en prenant une longueur d'avance sur leurs concurrents.

Les ventes sur mobile battent des records tous les ans et l'utilisation des apps e-commerce a augmenté plus rapidement par rapport aux autres catégories d'apps². Le développement du commerce électronique a façonné les comportements d'achat en ligne des clients et des détaillants, ouvrant de nouvelles possibilités d'expansion commerciale.

<sup>2</sup>Source: Flurry

A la recherche d'arguments pour vos prospects ? Voici une liste (non exhaustive !) des avantages d'une application e-commerce en tant que commerçant :

#### • Le mobile est le canal n°1 des ventes en ligne

Dans la plupart des régions du monde, le mobile représente plus de 50% des transactions en ligne. Au départ utilisé pour effectuer une recherche de produit ou comparer des prix en magasin, il est désormais un canal de vente à part entière. Les services comme Apple Pay et Google Pay facilitant le paiement, ils contribuent à faire du mobile le canal n°1 des ventes en ligne.

#### • Le processus d'achat est plus simple sur une App

La vitesse est également un élément crucial. Les applications sont généralement 1,5 fois plus rapides que les sites mobiles car l'optimisation des ressources est un critère essentiel au moment de leur conception, à la différence des sites web.

Si vous proposez une fonction de connexion automatique, vos clients s'authentifient une seule fois et sont toujours reconnus lorsqu'ils reviennent dans votre application. Ils peuvent facilement reprendre leurs achats là où ils se sont arrêtés, sans avoir à entrer à nouveau leurs identifiants.

Enfin, avec l'intégration du véritable achat en 1 clic, le parcours client devient plus rapide et plus facile. Fini les paniers abandonnés!

#### Un taux de conversion plus élevé pour les Apps vs site mobile

Les utilisateurs sont plus enclin à effectuer une action de conversion dans une application mobile par rapport aux sites web et leur version mobile. Cela conduit à un taux de conversion 3 fois plus important dans les applications e-commerce. Bien qu'un site web soit très performant pour faire découvrir sa marque et débuter une relation commerciale avec un prospect, les dernières étapes sont mieux servies par une application.

Avec une UX plus satisfaisante, un paiement facile, un affichage optimisé et des produits plus faciles à consulter, vos clients seront enclins à regarder plus de produits, ce qui conduira à une moyenne plus élevée du panier.

#### • Les clients préfèrent les app e-commerce

Selon Criteo<sup>3</sup>, 70% des clients préfèrent l'expérience des applications e-commerce. Une fois qu'un utilisateur a établi un certain niveau d'engagement avec une marque à travers son site, il passera à son application mobile pour faire ses achats. Par rapport à l'expérience d'achat sur un site mobile, les apps e-commerce offrent plus de praticité, de rapidité et de paramètres stockés. Ainsi, pas besoin de se souvenir d'une URL ou de s'authentifier à chaque fois pour y accéder.

#### • Des leviers de relance efficaces : les notifications push

Les apps e-commerce favorisent l'utilisation répétée et permettent ainsi de fidéliser les clients. Selon **Statista**<sup>4</sup>, 32 % des utilisateurs reviennent 11 fois et plus dans une application.

Les outils de marketing utilisant les fonctions intégrées du téléphone offrent la possibilité d'un message plus personnalisé (notifications push, géolocalisation, fonctions de partage).

Les notifications push sont un moyen efficace d'atteindre vos clients et de les ramener dans votre application : elles ont un taux d'ouverture 50% plus élevé que les emails et un taux de clics de 40%. Grâce à celles-ci, vous pouvez communiquer directement avec vos clients et leur proposer des offres exclusives, qui ne sont pas disponibles sur d'autres canaux. Lorsque vos clients cliquent sur la notification, ils atterrissent sur la bonne page et peuvent facilement reprendre leurs achats.

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup>Source: Criteo. Global commerce review Q2 2018

<sup>&</sup>lt;sup>4</sup>Source: Statistica: Mobile apps: user retention rate 2012-2019

### #2

## POURQUOI UTILISER UN APP BUILDER?

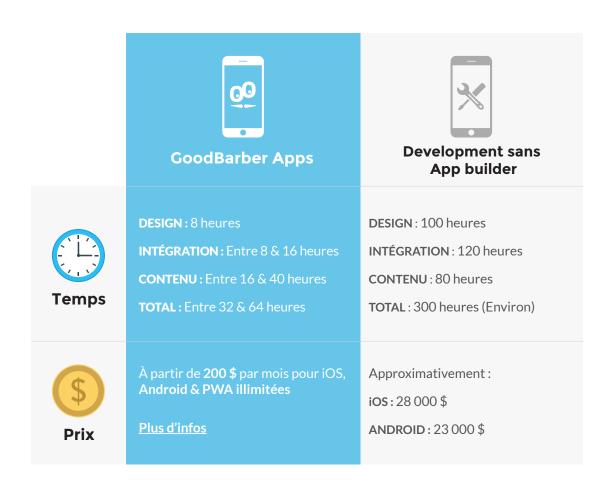


#### Les avantages d'un App Builder

#### • Des gains de temps et d'argent!

L'utilisation d'un App Builder pour la création et la vente d'application se révèle être très rentable pour deux raisons. Vous allez créer des applications plus rapidement et cela vous coûtera nettement moins cher. Vous pourrez vous établir plus rapidement et cela vous donnera un avantage concurrentiel non négligeable. Certaines solutions vous permettront par exemple de diviser le coût de création par 20.

Voici un exemple d'une comparaison entre l'utilisation de GoodBarber vs la création d'une Application sans App Builder :



#### Pas de connaissances techniques requises

Pour réussir à créer une application, vous devez être un génie du design, un roi du développement mais également un gourou du marketing. Si vous disposez de toutes ces qualités, vous n'aurez aucun problème à créer votre application et je vous en félicite!

Si ce n'est pas le cas, ne vous inquiétez pas, de nombreuses options s'offrent vous :)

Vous pouvez engager des personnes disposant de ces compétences pour créer votre application ou utiliser un App Builder pour la créer vous-même.

En ce qui concerne la conception, vous trouverez dans un app builder des modèles conçus par des designers professionnels et utilisable en l'état. Si vous le souhaitez vous pourrez également les personnaliser. Imaginez, vous allez pouvoir par exemple créer une boutique en ligne, comme les plus grandes marques, sans écrire une ligne de code!

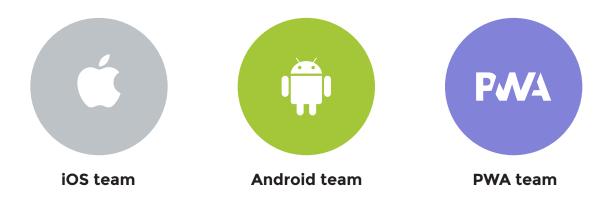
Concernant le développement, c'est l'App builder qui génère le code. . Il vous suffit de récupérer un fichier et de le télécharger dans le store.

Enfin pour le marketing, une équipe est généralement présente pour vous aider dans la réalisation de votre application, pour répondre à vos questions mais également pour vous conseiller sur la promotion de votre application. N'hésitez pas à jeter un coup d'oeil sur les blogs des App builders, ils sont en général plein de ressources!

#### Des possibilités Multi-Plateformes

Vous l'aurez compris, un App Builder est censé vous aider à gagner du temps et de l'énergie!

Vous devez choisir un App builder avec un back-office conçu pour vous permettre de créer les trois versions de votre application iOS, Android et PWA simultanément.





On ne crée pas une application iOS, une application Android et une PWA ni de la même façon, ni dans la même technologie. Chaque plateforme à ses propres spécificités.

Chez GoodBarber, trois équipes différentes travaillent au développement du produit. Ces équipes sont composées d'experts pour chacune des 3 plateformes..

C'est la raison pour laquelle vous n'avez pas à vous soucier de la compatibilité de votre app avec les appareils sur lesquels elle sera utilisée. Concentrez-vous simplement sur le design et le contenu et laissez Goodbarber faire le reste!

#### Pourquoi choisir GoodBarber?

#### Choisissez le leader des App Builder

GoodBarber est un app builder créé en 2011. Nous fournissons un outil permettant de créer des apps robustes, performantes, dotées du design et de l'expérience utilisateur les plus pointus. La mission de GoodBarber est de rendre accessible le meilleur de la technologie sur mobile ou sur le web. Grâce aux 30 000 Apps qui utilisent GoodBarber aujourd'hui, nous mutualisons les coûts de Recherche & Développement, permettant ainsi à nos clients de posséder une app pour un prix divisé par 20.

C'est pour conserver ces objectifs que nous repensons sans cesse notre façon de créer nos Beautiful Apps. Ce principe s'illustre par nos prises de position avant-gardistes: le choix du développement natif à la création de GoodBarber, aujourd'hui allié à la nouvelle génération d'apps, les Progressive Web Apps.

Depuis sa création, GoodBarber n'a cessé de se réinventer: initialement destiné aux éditeurs de contenus, nous avons rapidement pris le parti de développer notre produit pour qu'il puisse répondre à de nouveaux besoins, nous permettant ainsi de donner la possibilité aux Communautés et aux Local Businesses de créer des apps avec une expérience utilisateur incomparable.

Goodbarber sait également parfaitement adapter son offre aux besoins du marché. Avec plus de 50% du trafic internet effectué depuis mobile, le secteur du e-commerce s'est considérablement transformé. GoodBarber donne l'opportunité aux e-commercants visionnaires de maximiser leur ventes sur mobile avec un app de e-commerce.

#### • Une équipe dédiée aux Resellers vous proposant des training et un accompagnement sur mesure

En tant que revendeur, chez Goodbarber, vous aurez accès à un programme de formation sur mesure! En effet, nous souhaitons vous permettre d'utiliser notre plateforme au mieux afin de réaliser les projets de vos clients et de leurs proposer les fonctionnalités qui correspondent à leurs besoins!

En plus d'un gestionnaire de compte dédié avec qui vous communiquez par email ou téléphone, sentez-vous libre également de booker des démonstrations et des leçons personnalisées à tout moment!

BOOKING

## Dois-je dire à mes clients que j'utilise un App Builder?

L'un des principaux avantages de certains App builder proposant un programme de revendeur est la possibilité de masquer la marque de l'App Builder que vous utilisez et de la remplacer par la vôtre. Bien que nous sommes d'accord qu'il s'agit d'une excellente option pour votre stratégie marketing, il existe plusieurs bonnes raisons de ne pas utiliser la fonction de marque blanche. Voici quelques conseils avant de faire votre choix.

#### • Etre le partenaire d'une marque bien établie

Il faut un certain temps pour bâtir une réputation et une confiance autour d'une marque. Si vous débutez, il est normal que votre niveau de notoriété ne soit pas encore à son maximum. En faisant preuve de transparence quant au fait que vous utilisez un outil solide et bien établi, les clients peuvent se sentir beaucoup plus à l'aise. Leur faire savoir quel outil vous utilisez leur permet même de faire des recherches approfondies, d'être à l'aise avec les capacités de la technologie et de prendre conscience de leurs limites.

#### Davantage d'accès dans le backoffice

Lorsque la fonction de marque blanche est activée, l'accès à certaines parties du backoffice est supprimé pour vos clients. Cela inclut la publication, l'aide en ligne, la prise en charge du support, etc. Si vous acceptez que votre client sache que vous utilisez un App Builder, il peut jouer un rôle plus important dans la création de son application (et donc vous éviter des tâches parfois sans valeur ajoutée). Vous pouvez toujours restreindre les zones de votre choix en fonction de votre stratégie et votre relation avec votre client.

#### Une stratégie de sortie

Il est possible que, pour une raison quelconque, vous devez cesser d'être le fournisseur de l'une (ou de toutes) les applications de vos clients et que ceux-ci ne cherchent pas nécessairement à interrompre l'activité de leur application. S'ils savent depuis toujours que vous utilisez un App builder, vous pouvez simplement leur suggérer de souscrire à leur propre abonnement pour conserver ce que vous avez créé, ou même de les rediriger à un autre revendeur qui se fera un plaisir de les intégrer à leur portfolio.

Si vous craignez que le fait de révéler l'utilisation d'un App builder ne réduise considérablement votre valeur aux yeux d'un client, détrompez-vous. Ce n'est un secret pour personne que, même avec l'aide d'un App Builder, la création et la maintenance d'une application prennent beaucoup de temps et d'énergie. En plus de la valeur ajoutée que représente votre créativité et votre connaissance approfondie de la plate-forme, celle-ci sera renforcée par votre capacité à proposer un niveau de personnalisation supérieur ou un développement spécial qui n'est pas proposé par défaut.

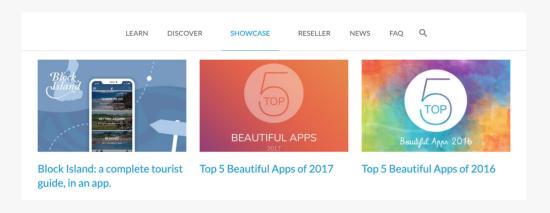
#### • L'équipe marketing de l'App Builder peut communiquer mes créations

Si vous décidez de renoncer à l'option marque blanche, vous allez pouvoir profiter des efforts marketing de votre App Builder pour faire accroître sa notoriété et par effet induit, faire connaître votre marque et vos projets.

La marque blanche est un avantage considérable pour une agence, mais songez également à tous les avantages additionnels si vous décidez de jouer la carte de la transparence avec vos clients.



Chez GoodBarber, nous adorons mettre en avant le travail bien fait de nos clients. Cela peut prendre la forme d'un article de blog, d'une courte vidéo promotionnelle ou encore d'un partage sur nos réseaux sociaux. Grâce à cela nos clients bénéficient d'une couverture médiatique supplémentaire. Alors si vous pensez qu'une de vos applications mérite un tel showcase, n'hésitez pas à nous l'envoyer et nous serons heureux d'étudier votre demande.



### #3

# QUELLES FONCTIONNALITÉS GOODBARBER PROPOSE À VOS CLIENTS?



Chez GoodBarber, nous mettons l'accent sur les fonctionnalités pour proposer les apps les plus complètes et les plus performantes possibles. A vous d'utiliser toutes les features que nous développons comme arguments de vente auprès de vos clients. Elles vous permettront de créer et de présenter des cas concrets sur comment une application peut répondre aux besoins de vos clients. La liste de ces features est bien entendu non exhaustive, l'idée est de vous montrer comment les mettre en valeur dans votre argumentaire.

#### App de contenu



#### **Texte**

Bien entendu, GoodBarber vous permet d'ajouter des sections de texte, cellesci étant particulièrement personnalisables. Vous pouvez également disposer de connecteurs avec des sources externes afin de maintenir la cohérence avec les autres plate-formes de votre client (WordPress, SquareSpace, connecteur personnalisé).



#### **Cartes**

Les cartes peuvent être basées sur un seul emplacement ou inclure un nombre illimité de points (si vous avez un projet de type répertoire). Chacun fournissant des informations, des photos, des liens et des possibilités de contact. Très utiles pour des annuaires par exemple.



#### **Agenda**

Affichez et même notifiez vos utilisateurs d'événements, de ventes ou encore de nouvelles versions. Vous pouvez extraire le contenu d'une source que vous avez déjà configurée (Google Agenda, Facebook Calendar, etc.) ou saisir des événements manuellement. Vous disposez de nombreuses options intéressantes, telles qu'un lien pour les itinéraires, un bouton pour acheter des billets, des possibilités de partage et vos coordonnées.



#### **Audio et Video**

Les options audio incluent des podcasts, une intégration SoundCloud, des fichiers CMS et la diffusion en direct. En ce qui concerne les vidéos, les fichiers CMS sont également une option, en plus des intégrations en direct, de YouTube, Vimeo .... Inclure les aspects audio et vidéo dans une application est un moyen idéal d'ajouter de l'interactivité, cela permet également de partager des événements live avec des utilisateurs ne pouvant pas être sur place. Les églises et les stations de radio trouvent ces fonctionnalités particulièrement utiles.



#### **Formulaire**

Les formulaires sont un outil polyvalent. Ils peuvent être utilisés pour mener des enquêtes, collecter des informations de contact pour des listes de diffusion, recevoir des demandes d'assistance, ou même comme plateforme de commande. Les résultats de formulaire peuvent ensuite être exportés pour une utilisation et une évaluation ultérieures. Avoir un canal de communication rapide et facile d'un utilisateur à l'autre est un élément crucial de toute opération commerciale réussie.



#### **Authentification**

L'authentification des utilisateurs ouvre la voie à toutes les fonctionnalités utilisateur plus avancées, telles que les groupes d'utilisateurs, les abonnements aux notifications push, les discussions en ligne, etc. Pour offrir une expérience plus personnalisée, permettez aux utilisateurs de se connecter et de créer leurs propres profils. Cela vous permet d'ajuster le contenu de l'application en fonction de différents profils d'utilisateur, d'éviter d'envoyer des informations et des offres non pertinentes et constitue la première étape pour créer une véritable communauté.



#### Chat

Une fonctionnalité de chat permet à vos utilisateurs de mieux se connaître - que ce soit à des fins sociales ou dans le but d'échanger des opinions sur votre établissement, c'est un excellent moyen de faire participer les gens. Les utilisateurs peuvent se voir en fonction d'un modèle de liste ou d'un modèle de carte indiquant qui est le plus proche d'eux. Pour des raisons de sécurité, une fonctionnalité de blocage est inclue. La fonction de discussion peut également servir d'outil de service à la clientèle dans lequel les utilisateurs peuvent discuter avec le propriétaire de l'application pour obtenir des réponses, passer des commandes, etc.





#### Carte de fidélité

Le moyen le plus simple de fidéliser les clients est de leur offrir des récompenses en fonction de leur activité. Commencez par choisir et personnaliser un modèle de carte unique. La validation des points peut être complétée par un achat, une vérification manuelle ou un partage sur les réseaux sociaux. Enfin, choisissez le cadeau pour compléter une carte de fidélité et une date d'expiration. Des récompenses instantanées (indépendamment de la carte de fidélité) peuvent également être envoyées aux clients dans des situations telles que leur première visite, s'ils ne sont pas venus depuis un certain temps, à une heure précise ou en fonction de l'emplacement géographique du client.



#### **Club Cards**

Avec GoodBarber, vous avez la possibilité de créer des "cartes de membres". Les habitués méritent des privilèges spéciaux pour leur fidélité, et les clients seront ravis de se voir proposer l'adhésion à une carte de club exclusive avec trois niveaux de valeur à vie que vous aurez à définir. Il s'agit d'une puissante incitation pour fidéliser des clients.



#### Coupons

Le moyen le plus rapide d'augmenter vos ventes est une offre spéciale, souvent sous la forme d'un coupon. Tous les détails de l'offre doivent être définis, tels que la méthode de remboursement, les conditions et les dates de validité, le nombre de coupons disponibles, le nombre de fois qu'un client peut utiliser un coupon, etc. Pour simplifier au maximum le processus pour le client, des informations détaillées sur le magasin (telles que des informations cartographiques) peuvent être incluses. Comme toujours, le design peut être personnalisé et perfectionné pour rendre l'offre aussi attrayante et efficace que possible.



#### **Beacons & Géofence**

Pour pouvoir augmenter les taux de conversion, il est essentiel de pouvoir transmettre un message ou une offre aux utilisateurs au bon endroit et au bon moment. Les alertes géolocalisées permettent d'établir un contact au moment même où les clients entrent dans une zone désignée, via le geofencing, tandis que les beacons déclenchent des alertes lorsque l'utilisateur s'approche d'un objet spécifié.

#### **Apps e-commerce**



#### **Login Automatique**

Avec l'identification intégrée et automatique, le client s'identifie une seule fois. Le fait qu'il soit immédiatement reconnu à chaque lancement de l'application améliore son expérience et de fait... il sera plus enclin à acheter!



#### Barre de recherche

Exploitez toute la puissance du mobile de vos clients pour leurs recherches et autorisez ainsi les recherches vocales et l'accès à l'historique de recherche. Tout est embarqué



#### Remises

Les remises permettent de booster les ventes grâce à des offres ciblées. Un puissant moteur de règles vous permet de définir des remises optimales pour chacune des actions marketing de vos clients.



#### Paiement en un clic

Lors d'un achat en ligne, la saisie des coordonnées au moment du paiement peut faire fuir les acheteurs. C'est encore plus vrai lorsque la saisie s'effectue sur l'écran d'un smartphone. La technologie du paiement en 1 clic lève cette contrainte forte et permet d'accroître les ventes, notamment sur mobile. Pensez à Apple Pay par exemple ou d'autre digital wallets.



#### **Notification Push**

Établissez le contact le plus direct avec vos clients : directement sur leur mobile. Le Push est un atout formidable pour relancer vos clients et les rediriger en un clic vers votre app.

Contacter facilement vos clients est une fonctionnalité native de nos applications : avec les notifications push vous disposez d'un levier marketing à l'incroyable visibilité. Facilement programmable, il met l'achat à portée de pouce de vos clients.

Les emails types font aussi partie de votre back-office. Ainsi vous êtes sûr de toujours atteindre votre cible.



#### **Panier Permanent**

Le panier permanent est un levier très performant pour booster les ventes. Le client est toujours reconnu sur votre app et son panier reste toujours actif. Il a oublié de finaliser son panier ? En un instant vous pouvez lui permettre de le récupérer.



#### **Partage Rapide**

Entrez dans l'ère du Social Commerce en favorisant les échanges sur les produits. Avec le QuickShare, le client peut envoyer un lien de ses produits préférés à tous ses proches en un rien de temps. Intuitif et efficace.



#### **Variantes**

Créez rapidement les déclinaisons de chacun de vos produits. Taille, couleurs, matériaux ou tout autre variation. Chaque variante bénéficie de ses propres caractéristiques (images, référence, stock, prix). Il est possible de créer 100 variations par produits.

Vous l'aurez compris, grâce à toutes ces fonctionnalités vous pourrez couvrir la quasi-totalité des besoins des petites entreprises. Si votre offre répond parfaitement aux besoins de votre cible, il sera plus facile de vendre votre solution.

#### Les customisations

Selon votre niveau de compétence et le temps que vous êtes prêt à investir, plusieurs options sont envisageables.



#### **Custom design**

GoodBarber vous permet de modifier des aspects de la conception et de les afficher de manière très détaillée, tels que les couleurs, les polices de caractères, les formats, etc. Egalement, si vous avez besoin icônes personnalisées, des écrans de démarrage, des logos et pour obtenir l'aspect général qui vous convient, c'est possible.



#### **Custom Integrations**

Si la fonctionnalité dont vous avez besoin existe déjà sur une page Web (par exemple une fonctionnalité de réservation), vous pouvez l'intégrer à l'application à l'aide d'une section HTML. Il existe deux façons de procéder. La première consiste simplement à copier/coller l'URL et la page apparaîtra dans l'application grâce à un navigateur interne. Pour les sites Web déjà optimisés pour le mobile, c'est tout ce qu'il y a à faire. Pour d'autres, l'affichage peut ne pas être aussi bon et l'expérience utilisateur peut être considérablement réduite. Dans ce cas là, vous devrez personnaliser la page avec votre propre code HTML (des connaissances en codage sont nécessaires pour cela).



#### **Custom Features**

Avec GoodBarber, vous pouvez créer votre propre plug-in personnalisé. Une fois votre plugin, codé en HTML5, CSS ou JS, l'API GoodBarber permettra à votre plug-in d'accéder aux fonctionnalités natives de votre application.

Vous pouvez également ajouter des iframes. Un iframe est un élément HTML permettant d'intégrer une page Web externe dans un document HTML. Les iframes peuvent être insérés n'importe où dans la présentation d'une page Web.

A ce niveau<sup>5</sup> là, sachez que vous devrez avoir des compétences avancées.

<sup>&</sup>lt;sup>5</sup>Source: https://techterms.com/definition/iframe

## #4

## LES ESSENTIELS D'UNE AGENCE



## A quoi devez-vous penser avant de vous lancer?

Freelance ou Agence, les clients seront au rendez-vous. En revanche la création d'une agence pourra renforcer votre crédibilité ainsi que votre légitimité sur le marché des applications. Si vous décidez de le faire, assurez-vous de remplir certains critères.

#### Une Identité claire

Prenez le temps dont vous avez besoin pour établir divers aspects de votre identité. Votre logo correspond à ce que les clients verront chaque fois qu'ils visiteront votre site Web et se connecteront au back-office de leur application. Un design attrayant avec un esprit reflétant la valeur que vous souhaitez offrir par vos services a donc tout son sens. L'achat d'un nom de domaine sera également nécessaire pour personnaliser l'accès au back-office des applications de vos clients.

#### Un Portfolio qui vous correspond

La conception d'un portfolio est une étape importante. En effet il va servir de vitrine à votre agence. Il doit donc contenir une multitude d'applications. Idéalement d'industries différentes (restaurants, salons, églises, actualités etc.) avec des fonctionnalités variées. Cela constitue un excellent moyen de mettre en avant votre travail et de renforcer votre crédibilité. Cela permet également à vos prospects de se projeter. N'hésitez pas à rendre ce portfolio disponible sur votre site web.

#### Des Templates variés

Vous constaterez peut-être que certains templates que vous avez créées fonctionnent bien pour telle ou telle industrie. Par conséquent, disposer de templates prêts à utiliser pour les restaurants, les salons, etc. peut vous faire gagner beaucoup de temps. Le clonage d'applications est un excellent moyen d'utiliser le cadre de base que vous avez déjà créé pour l'industrie correspondante et de vous concentrer sur l'ajout de contenu et la modification des détails apportant une réelle valeur à l'application.

Ces modèles sont très importants car ils feront partie de votre vitrine. Notre conseil est donc de choisir un App Builder qui vous permet de dupliquer des applications, vous gagnerez ainsi beaucoup de temps!

#### Un CRM de qualité

Le cœur de votre stratégie de vente: comment allez-vous obtenir et convertir des prospects? Comment allez-vous construire une liste de diffusion solide? Allez- vous mettre en place une logique de démarchage active (contacter vos prospects un par un) ou allez-vous mettre en place un plan de communication afin de vous faire connaître et que les clients viennent par eux-même?

Une fois que vos bases prospects et clients sont établies, comment allez-vous entretenir la relation avec eux? En effet, vous avez besoin de communiquer avec eux pour connaître leurs attentes, savoir s'ils sont satisfaits du produits ou tout simplement pour échanger sur le produit en lui-même. Plusieurs outils ont été créés dans le seul but d'aider la gestion de la relation client, de s'assurer que chaque partie est satisfaite et de tirer le maximum d'avantages de la relation. HubSpot, MailChimp et Zoho CRM font partie de nos outils préférés

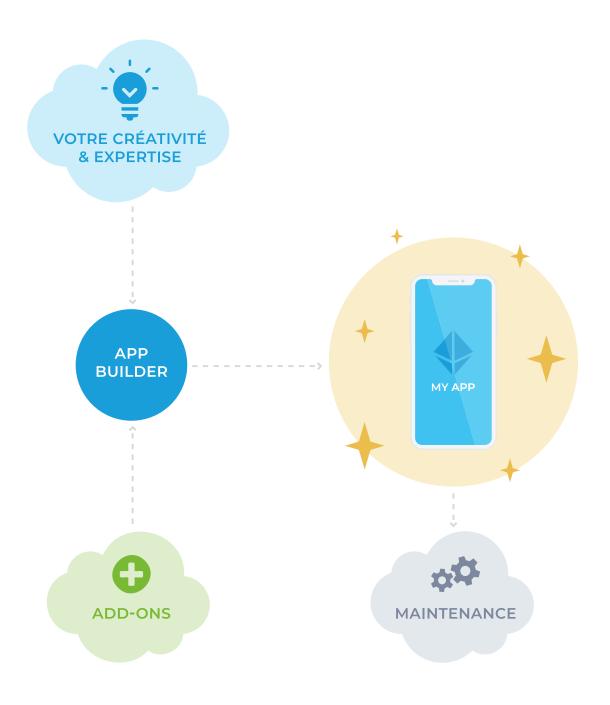
## Quel mode de facturation adopter?

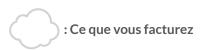
Sans surprise, la première chose que votre client potentiel vous demandera sur votre service est son coût. En règle générale, le coût pour le client doit au moins couvrir le coût de la technologie elle-même (en d'autres termes, le coût de votre abonnement). Ensuite, le reste du prix devrait refléter la valeur de votre travail, ainsi que la valeur du service que vous rendez sur votre marché. En fonction de ce que vos concurrents locaux facturent et de ce que vous pouvez ou ne pouvez pas offrir par rapport à eux, commencez à facturer autour du prix moyen du marché.

La bonne nouvelle est que si vous utilisez un App builder, le coût du développement sera considérablement plus bas! Utilisez cela comme une opportunité d'être plus compétitif que d'autres agences obligées d'embaucher des développeurs.

Gardez en tête que selon la nature de l'application créée, le prix devra sûrement varier. En effet, cela fait sens de facturer une application e-commerce plus chère qu'une application de contenu. Une application e-commerce prendra plus de temps à concevoir et demandera plus de maintenance qu'une application de contenu. Il est donc logique que vos prix tiennent compte de la différence. Aussi, celle-ci ayant un but directement lucratif, il sera plus évident d'en prouver la valeur.

Avant d'entrer dans les détails, voici ce que vous devez également garder à l'esprit en ce qui concerne votre valeur ajoutée:





Cela étant dit, vous pouvez choisir de facturer vos services de plusieurs manières:

#### Souscription

Les avantages de la tarification par abonnement sont évidents pour les clients: il n'y a pas de prix initial effrayant ni d'engagement dans le cas où ils ne sont pas satisfaits. C'est un pari bien plus sûr pour une personne qui n'a pas complètement mûri l'idée d'investir dans une application.

Le résultat pour vous peut aller dans les deux sens. Si le client reste au moins au-delà du seuil de rentabilité, le prix basé sur un abonnement a tendance à être plus rentable à long terme qu'un achat ponctuel. Cependant, les relations de courte durée avec le client vous coûteront cher; ceux qui se désabonnent après seulement quelques mois ne vous aideront pas à couvrir vos coûts, et encore moins à réaliser un profit. Une estimation éclairée de la durée de vie moyenne du client sera donc d'une grande aide lorsque vous examinerez le modèle de tarification de l'abonnement.

Pour éviter le scénario où le client ne souscrit que pour une courte durée, envisagez de proposer des abonnements à prix réduits qui durent plus longtemps, par exemple un abonnement de 6 mois comprenant un mois gratuit ou un abonnement mensuel moins coûteux pour les paiements auto-renouvelables. Votre client se fera un plaisir d'économiser sur les coûts, tandis que vous aurez un revenu garanti plus stable.

#### Forfait

Une autre option consiste à facturer les clients (sous forme de forfait ou via un abonnement) au regard des fonctionnalités et de l'entretien requis pour leur application. Par exemple, la facturation en fonction du nombre de notifications push, la facturation en fonction du nombre de sections, la facturation des fonctionnalités personnalisées qui prennent du temps à se développer, etc. Les clients nécessitant des applications très basiques apprécieront également de ne payer que ce dont ils ont besoin.

#### Offres spéciales

À un moment donné, vous aurez inévitablement un client qui souhaite négocier les prix. Il est donc pertinent d'avoir un plan à l'avance qui détermine exactement qui bénéficie d'un rabais, et surtout jusqu'où êtes-vous prêts à aller en terme de réduction. Les prétendants aux rabais les plus courants sont généralement les organisations à but non lucratif, les établissements d'enseignement et les start up. Bien souvent, sans offre spéciale, ils ne souscriront pas à vos services. Moins de revenus vaut mieux que pas de revenus, soyez donc prêt à leur faire une offre spéciale afin d'éviter de perdre une opportunité.

### #5

# TESTER ET PUBLIER VOTRE APP



## Comment offrir à mes clients une prévisualisation de leur App?

#### Accès au backoffice

La plupart des agences souhaitent que leurs clients participent à la création et à la maintenance de leurs applications. Il y a presque toujours un avantage à fournir un accès au back office aux clients. Cela peut permettre à ceux-ci d'aider à la conception mais aussi à gérer la mise à jour du contenu. Cela vous permet de ne pas avoir à jouer le rôle d'intermédiaire à chaque fois que le client souhaite envoyer une notification push par exemple.

Avec GoodBarber, que cela soit en marque blanche ou non, vous avez la possibilité de donner à vos clients directement accès au back-office de leurs apps. Vous n'êtes également pas limité par le nombre de personnes auxquelles vous pouvez donner accès à l'App Builder. Autrement dit, si plusieurs personnes travaillent dans l'entreprise de votre client, elles peuvent toutes participer.

#### My GoodBarber App

Vous connaissez peut-être déjà l'application My GoodBarber, qui peut être une option si vous n'utilisez pas la marque blanche. Cette application peut être facilement téléchargée et est utilisée pour afficher un aperçu de votre application au fur et à mesure de sa mise à jour dans le backend. Cependant, toutes les fonctionnalités ne sont pas disponibles pour le test dans cette version (notifications push, par exemple).

Sachez qu'il y a 2 apps Goodbarber pour prévisualiser vos Applications et PWA:

- My GoodBarber App Play Stores
- Sur iOS, pour avoir accès à cette même application, vous n'avez qu'à cliquer sur
   Publier > App iOS > Tester depuis le back office de votre app

Ensuite, vous n'aurez qu'à cliquer sur "télécharger My Goodbarber app".

#### Version Ad-hoc

Pour présenter la version de votre application avec toutes les fonctionnalités, l'option la plus adéquate consiste à générer la ou les versions AdHoc de votre application et à envoyer ce fichier à votre client. Pour ce faire, vous pouvez ajouter l'identifiant unique (le UDID, pour iOS) du téléphone de votre client à la liste des appareils approuvés du compte développeur concerné. Ce fichier leur permettra de télécharger l'application directement sur leur appareil, où ils pourront la prévisualiser et tester la version exacte qui apparaîtra dans les stores.

C'est un excellent moyen de présenter non seulement l'application globale, mais également de proposer des fonctionnalités supplémentaires. Vous pouvez saisir cette opportunité pour faire une démonstration en temps réel d'add-ons dont votre client peut avoir besoin, tels que des cartes de fidélité, des geofences et des coupons par exemple. Il est beaucoup plus facile pour un client d'envisager la pertinence d'une fonctionnalité lorsqu'elle peut être démontrée dans une situation réelle, plutôt que de simplement entendre un argumentaire de vente.

Plus tard, lorsque des mises à jour nécessitant une recompilation et une resoumission sont effectuées, il vous suffit d'envoyer à nouveau la version AdHoc la plus récente à votre client, qui peut alors tester et approuver cette nouvelle version avant de la soumettre.

#### Test Flight

Pour les applications iOS, il est également possible d'utiliser TestFlight, une solution fournie par Apple, permettant d'inviter jusqu'à 2 000 emails à tester votre application avant sa publication dans l'App Store.

#### Publier les Apps de mes clients

Il est possible que votre client ait déjà une Application, et donc déjà des utilisateurs fidèles. Il serait bête de les perdre en raison d'un changement d'App Builder. L'idée de cette transition peut sembler être un fardeau énorme et peut décourager vos clients.

L'autre scénario est que vos clients n'aient pas d'Apps du tout, cela serait donc une première publication sur les stores. Dans cette partie, nous vous expliquerons comment procéder selon ces deux scenario.

#### • Cas 1: mon client ne possède pas d'App



#### **Sur Android: Google Play Store**

Android étant une open platform, il existe plusieurs options pour distribuer des applications. Cependant Google Play reste la plateforme de prédilection pour publier son application Android.

Google Play agit comme une librairie où les utilisateurs peuvent chercher des applications en fonction de leurs intérêts. Lorsqu'un utilisateur ouvre la fiche d'informations de votre application, quelques secondes lui suffisent pour décider si elle lui convient. D'où l'importance de rendre cette page attrayante et convaincante.

Les informations fournies dans le Store Listing doivent répondre à certains critères et tous ces détails sont visibles dans Google Play.

La description courte est le premier texte affiché lorsque les utilisateurs consultent votre page d'informations détaillées. Dans la description complète, décrivez clairement votre application en choisissant consciencieusement les mots-clés que vous allez utiliser. L'optimisation du référencement de votre application en dépend. Les éléments graphiques, les captures d'écran permettent de mettre en valeur les meilleures fonctionnalités de votre application et promouvoir votre marque.

Une fois la fiche du Play Store complétée, vous pouvez télécharger le fichier binaire (le fichier .apk) et suivre le guide sur votre console Google pour déployer la release afin de publier votre application.

Au cas ou vous ne le saviez pas, APK, pour Android Package Kit, est un format de fichiers pour le système d'exploitation Android et contient l'ensemble de votre application.

Votre application sera publiée dans le Play Store en quelques heures.



#### **Avec GoodBarber**

Si vous utilisez GoodBarber, des aides en ligne vous guideront au travers de toutes les étapes de la publication. Et si vraiment vous n'avez pas envie de vous occupez tout ça, l'option GoodBarber s'en occupe fera le travail pour vous.



#### **Sur iOS: App Store**

La publication d'une application iOS sur l'App Store demande du temps et, surtout, de la préparation.

Pour pouvoir garantir à ses utilisateurs la qualité et la sécurité de cet écosystème de plus de 2 millions d'apps, Apple a mis en place des directives très strictes.

Lors de la préparation de la soumission de votre application, il est fortement recommandé de lire les directives de l'App Store Review. En effet, avant leur publication, chaque application est soumise à une vérification par Apple et les rejets sont majoritairement dus au non respect des règles principales.

Avant de pouvoir soumettre votre app pour vérification, vous devez saisir des informations obligatoires : l'icône, les captures d'écrans et les métadonnées (le nom de l'application, la description et les mot-clefs indispensable pour l'ASO). Ne sous-estimez pas l'importance de la description : seules les 3 premières lignes sont visibles directement, l'utilisateur doit cliquer sur « Plus » pour voir le reste de votre description. Soyez donc précis, clair et concis, transmettez aux utilisateurs la valeur fondamentale de votre application.

Le processus de vérification prend quelques jours et Apple vous informera lorsque votre application sera rendue publique dans le Store.

GoodBarber a mis en place une review pour vous guider tout au long du processus de soumission. Lors de la review, notre équipe iOS procédera à une vérification approfondie de l'interface utilisateur et vérifiera la conformité aux directives Apple. Si votre application ne répond pas aux exigences de l'App Store, notre équipe de Review vous conseillera pour vous aider à l'améliorer. Notre objectif est que votre application soit publiée et nous ferons de notre mieux pour vous aider.

#### Cas 2: mon client possède déjà une Application sur les stores

Le but ici, va être de favoriser l'expérience utilisateur. En effet, il est exclu que l'utilisateur ait à re-télécharger l'app. Nous cherchons ici à seulement avoir à mettre à jour l'application dans le but d'accéder à la toute nouvelle version sans effort.

Dans chaque store, chaque application possède un identifiant unique et une signature authentifiant le propriétaire de l'application. Si vous passez d'un App Builder à un autre, vous devrez attribuer au nouveau projet le même identifiant et la même signature que l'ancien. Voici ce que vous devez savoir pour Android et iOS:

#### **Sur Android: Google Play Store**

Pour conserver la même application dans Google Play, vous devez demander à votre ancien App builder ou développeur de vous fournir le fichier Keystore, qui contient la clé privée (signature) de votre application Android. C'est la seule chose qui vous donne la liberté de reconstruire votre application sur une autre plate-forme et de publier la nouvelle version en tant que mise à jour de votre application existante, sans déranger les utilisateurs.

Certains App Builders vous donnent accès à ces fichiers, alors que d'autres ne le font pas. Malheureusement, si vous ne pouvez pas accéder au fichier Keystore, vous n'avez pas d'autre choix que de créer une application entièrement nouvelle dans le Play Store, que vos utilisateurs devront retélécharger.

Chez GoodBarber, nous donnons ces informations sur demande, afin de ne pas vous limiter au cas où vos besoins changeraient.

Outre le fichier Keystore, les autres informations nécessaires sont le nom du package (le nom unique qui identifie votre application sur Google Play et sur votre appareil) et le numéro de version, que vous trouverez facilement dans votre compte Google Play.

#### **Sur iOS: App Store**

La mise à jour de la version iOS avec votre nouvelle application GoodBarber ne nécessite aucune information exclusive, contrairement à la version Android.

Toutes les informations dont vous avez besoin sont votre identifiant d'application et votre numéro de version, disponibles dans l'onglet Informations sur les applications de votre compte App Store Connect (anciennement appelé iTunes Connect).

Une fois que la nouvelle version de l'application remplace l'ancienne dans les stores, vos utilisateurs devront simplement mettre à jour l'application sur leur appareil, comme ils le font tout le temps lorsque les mises à jour de logiciels ou d'applications sont publiées. Une notification non intrusive sera affichée pour les avertir de cela.

## L'importance d'un compte développeur pour vos clients

Apple a mis en place une directive avertissant que les applications peuvent être rejetées si le vendeur (le nom de votre compte de développeur Apple) ne correspond pas suffisamment à l'image de marque de l'application. Cela signifie que si votre agence, «XYZ Apps» utilise son propre compte développeur pour publier l'application de votre client «ABC Restaurant», vous risquez de rencontrer un problème, car ces marques ne correspondent pas. Cela implique que chacun de vos clients devront souscrire directement chez Apple à une license développeur à leur nom. Une fois cette licence achetée, ils pourront vous déclarer en tant que prestataire et vous pourrez gérer les étapes de compilation et de publication de l'application à leur place.

Vous êtes peut-être réticent à l'idée d'expliquer à vos clients qu'ils devront acheter une licence développeur chez Apple, mais voici quelques arguments qui pourraient vous aider à les convaincre.

#### • Transfert de propriété

Parfois, le moment est venu de mettre un terme à la relation entre une agence et son client, mais celui-ci souhaite toujours maintenir son application sans perturber les utilisateurs. Si l'application a été publiée sous un compte développeur de l'agence, un transfert de propriété doit être effectué. Bien que cela soit possible à la fois pour iOS et Android, cela peut être un peu compliqué en termes de processus détaillé à suivre, de nouveaux certificats qui devront être générés, etc.

Si l'application de votre client est déjà publiée sous son propre compte de développeur, vous évitez ainsi ce scénario et vous économisez du temps.

#### • Image de marque (pour le client, mais aussi pour vous!)

Les clients ne sont peut-être pas ravis à l'idée d'assumer cette dépense supplémentaire, mais au bout du compte, il ne s'agit que d'un faible coût supplémentaire, et non inutile, car cela donne davantage de crédibilité et de contrôle pour leur marque.

Pour vous, la question de la marque peut aller dans les deux sens. Avoir de bonnes applications sous votre nom dans les stores est fantastique pour bâtir votre image, mais comme vous le savez, vous n'avez pas toujours le contrôle sur le type de contenu que votre client souhaite inclure. Saviez-vous qu'un faux pas dans Google Play peut non seulement supprimer l'application du store, mais également désactiver toutes les autres applications du compte associé (autrement dit, toutes les applications de vos autres clients n'ayant rien à voir avec cela. C'est une situation assez délicate à résoudre. Protéger votre marque contre de telles situations est certainement une raison valable d'envisager la publication sous des comptes distincts.

## #6 PRÊTS?



Choisissez un App builder suffisamment confiant en son produit pour vous permettre de l'essayer gratuitement.

Utilisez ce laps de temps pour:

- Apprendre le fonctionnement de la plateforme
- Essayer toutes les fonctionnalités
- Créer un portfolio



#### **Essayez Goodbarber**

Ce que je vous recommande est de commencer à utiliser notre tableau de bord revendeur, la période d'essai est de **30 jours**. Pendant cette période, vous aurez un **accès complet à toutes les fonctionnalités de la plateforme**, à l'exception de la publication de vos applications :

CRÉEZ UNE VERSION D'ESSAI ICI!

#### Contactez-nous!



#### Jérôme Granados

granados@goodbarber.com CMO

©2025 GoodBarber made with 💙 in Corsica