



Digital & Data Infographies

# Infographie | L'application, outil efficace de m-commerce

Publié le 09/04/2015 par Marie J. Guillet

Les porteurs d'application sont les meilleurs clients d'une marque !



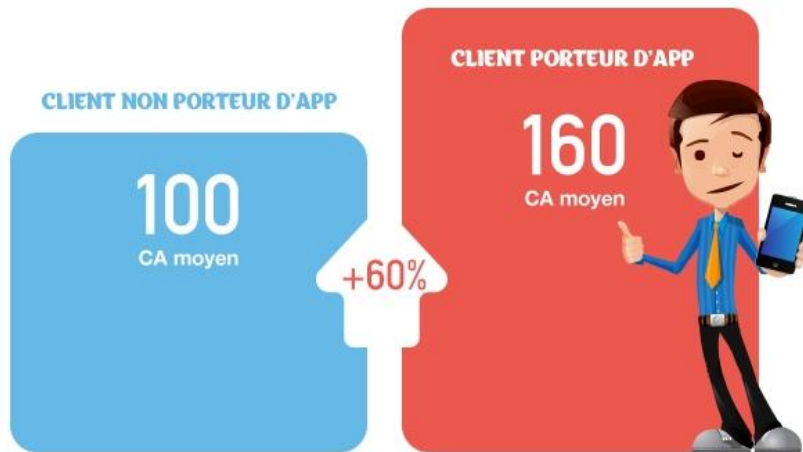
## VOS PORTEURS D'APP

SONT VOS MEILLEURS CLIENTS... ET INVERSEMENT

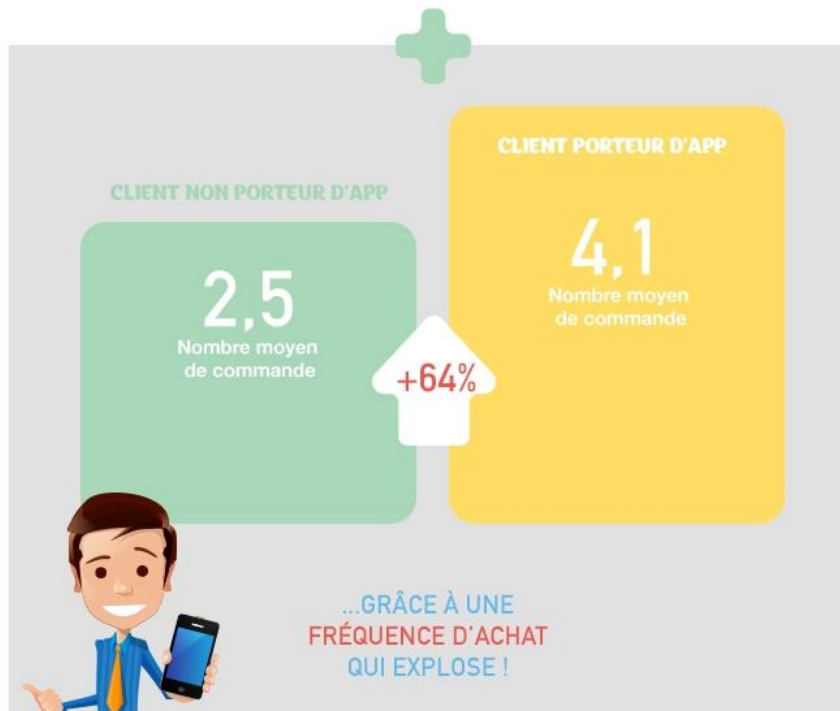


Etude datamining réalisée auprès de 24 CLIENTS E-COMMERCE du réseau Ad4Screen

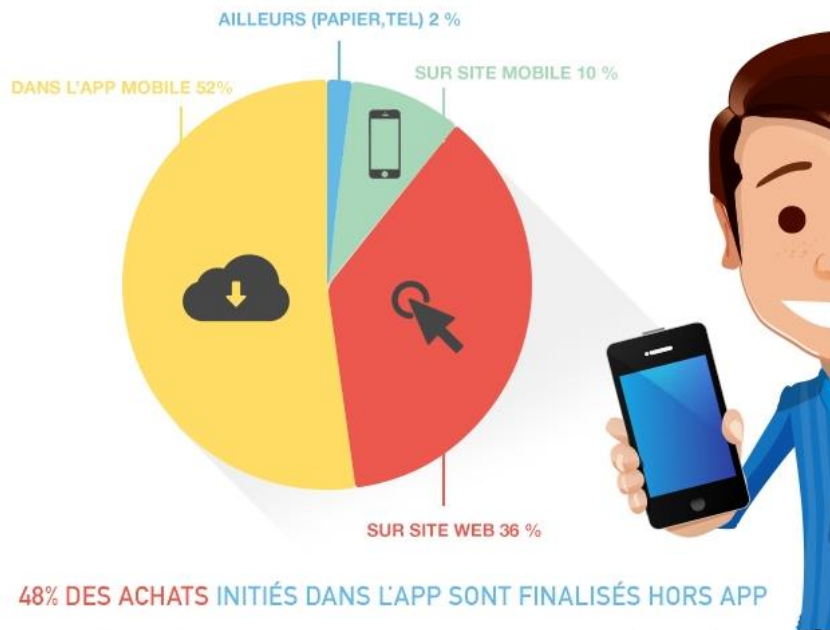
### VALEUR D'UN CLIENT PORTEUR D'APP CA présentés en base 100



UN CLIENT PORTEUR D'APP DÉPENSE PLUS...



## OÙ SE CONCRÉTISE UNE MISE AU PANIER RÉALISÉE DANS L'APP ?



### CONVERSION : SMARTPHONES VS TABLETTES



SUR TABLETTE 2/3 DES ACHATS SONT FINALISÉS HORS APP.  
SUR SMARTPHONE 60% DES ACHATS SONT FINALISÉS DANS L'APP.

Contact presse :  
Cindy Heiser  
cheiser@ad4screen.com

 AD4SCREEN

### Les points-clé :

- Équiper ses clients de son application est un **accélérateur de business** considérable : le client porteur d'app dépense en moyenne 60% de plus qu'un client non porteur, qui achèterait donc via un site web ou mobile.
- Cette augmentation du CA est directement corrélée à une **fréquence de commandes** plus élevée. Une application représente ainsi un multiplicateur de fréquence d'achat, et donc un véritable **outil de fidélisation**.
- Une mise au panier dans une application est, dans 52% des cas, finalisée au sein même de cette même app. Une application est donc un vrai outil de **m-commerce**.

- **Efficacité des autres leviers de conversion** d'une mise au panier réalisée dans une app : en moyenne, 36 % des mises au panier sont finalisées sur le site web de la marque ; 10% sur son site mobile et seulement 2% via d'autres leviers, non digitaux (ex : catalogue papier, téléphone,...). Un achat débuté dans l'app se finit donc dans quasiment la moitié des cas sur d'autres terminaux. L'application apparait ainsi comme un outil clé du **cross-device**, permettant de suivre l'utilisateur à travers les différents terminaux qu'il utilise, depuis sa découverte d'un produit jusqu'à la finalisation de son achat.
- Le taux de conversion in-app est nettement plus élevé sur **smartphone** que sur **tablette**. Les comportements d'achat des consommateurs varient d'un terminal à l'autre.

**Méthodologie** : pour réaliser cette étude datamining, Ad4Screen a analysé le chiffre d'affaires et les commandes réalisées via mobile en 2014 de 24 clients e-commerce.

✓ **AD4SCREEN** : expert de la Publicité et du CRM Mobile depuis 2010, **AD4SCREEN** aide les annonceurs à mettre en place des campagnes publicitaires mobiles et des programmes relationnels mobiles performants. Avec plus de 5000 campagnes " 100% mobile " à son actif et une équipe de plus de 50 experts du Mobile (Media Planning, Media Buying, Studio, Data Mining), AD4SCREEN est le leader incontesté de la publicité mobile en France. AD4SCREEN répond aux objectifs de notoriété, de création de trafic, de génération de téléchargements d'applications, de conversion... des annonceurs, sur mobiles et tablettes, en France et à l'international.





