

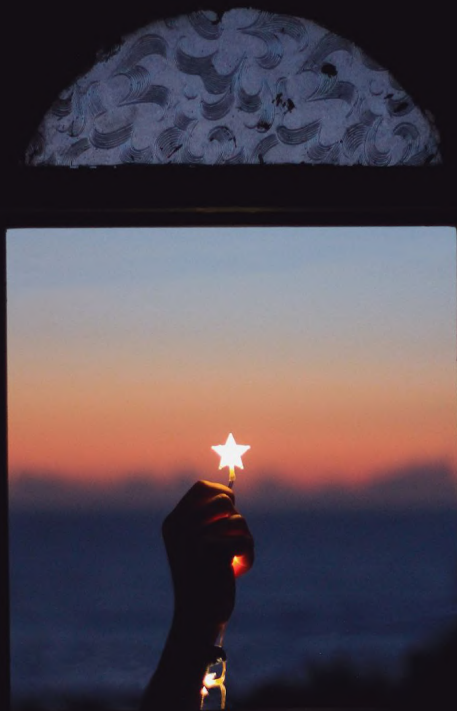


GUIDE PRATIQUE

Notation des applications

Pourquoi et comment inciter ses utilisateurs à noter son app sur les stores ?

USERADGENTS



Le règne des avis est en place

À l'heure de la guerre des avis apposés à un produit, un service, un restaurant, un hôtel, les applications mobiles ne sont pas épargnées.

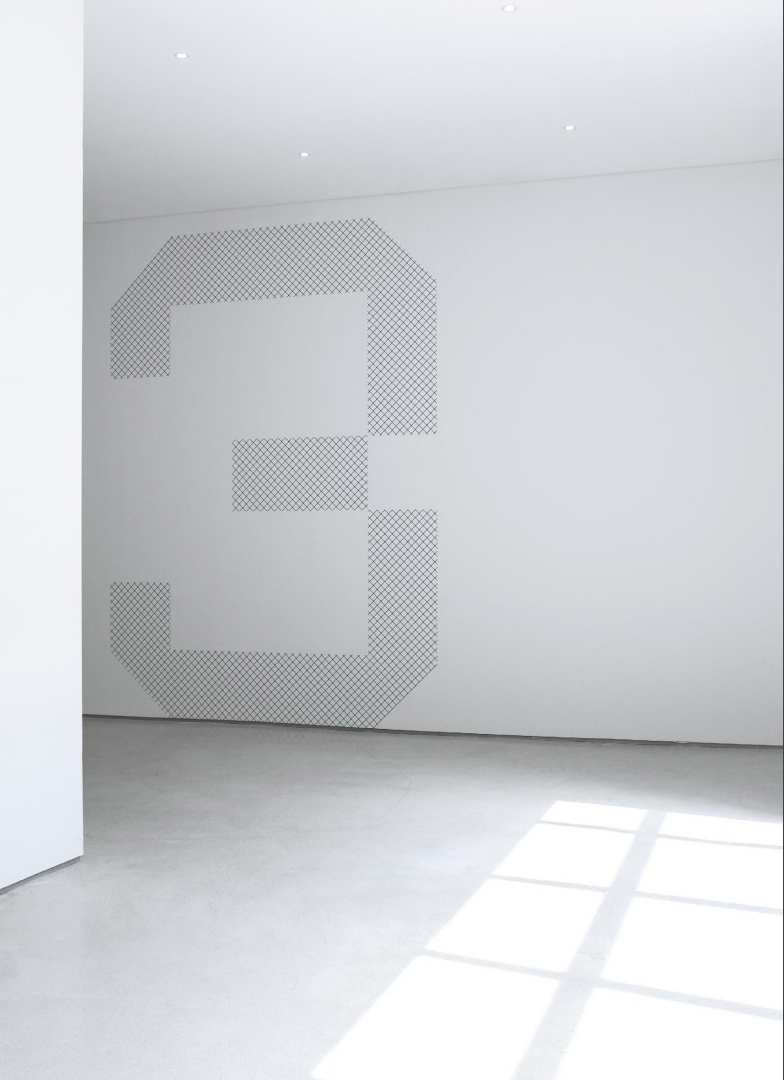
Les avis agissent comme une forme de **preuve sociale**, et influencent ainsi tous les autres utilisateurs potentiels dans leur consommation quotidienne, du produit le plus anodin au produit de luxe.

La note : indicateur de qualité d'une app

Visible depuis les stores d'Apple et Google, juste sous l'app icon, cette note - entre 1 et 5 - témoigne de la qualité de l'application et impacte directement l'image de la marque, il est donc crucial de bien travailler ses incitations à noter l'app et capitaliser sur les feedbacks communiqués dans les commentaires pour améliorer constamment le fonctionnel et l'ergonomie de l'app.

La note fait partie des premiers éléments que l'utilisateur voit (avec le nom de l'app et son logo) & est le 1er critère de sélection pour **61%** d'entre eux !

59% des consommateurs indiquent consulter les notes et commentaires avant de télécharger une application.



90%

des utilisateurs déclarent prendre en compte les évaluations des applications mobiles avant de décider de les télécharger ou pas.

65%

des utilisateurs d'applications donnent des avis lorsqu'ils sont insatisfaits des fonctionnalités de l'application, mais seulement 49% donnent des commentaires pour des services satisfaisants.

4,1

La note moyenne
des apps

60%

Aujourd'hui, seulement 60% des applications sur les stores ont une note, avec une note moyenne de 4,1.

80%

Il faut 80% de 5 * pour obtenir une note supérieure à 4, ce qui est considéré comme une bonne note.

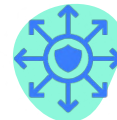
Les bénéfices d'une bonne note



Impact direct sur le
référencement sur
les stores et
visibilité dans les
résultats de
recherche



Impact sur
l'augmentation du
taux de conversion
(le % d'utilisateurs
qui téléchargent
l'app)



Recommandation
accrue auprès
des proches et
développement
du parrainage



**Comment mettre en place
une stratégie de notation ?**

Profitez du lancement d'une mise à jour de votre app

Sur **Apple**, l'historique des notes et commentaires de la précédente application peut être effacé lors d'une nouvelle release.

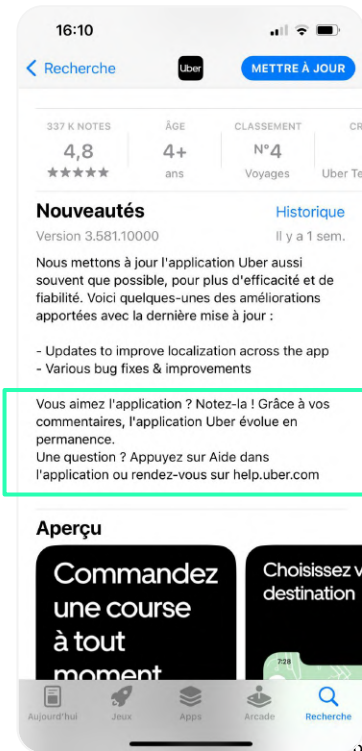
Un nouveau design, des parcours utilisateurs simplifiés, un socle technique up-to-date, des nouveaux services,... C'est l'occasion de recueillir l'avis positif de vos clients/utilisateurs. Mais attention, **ne partez pas à la chasse à la note dès le lancement** des nouvelles applications, attendez que les utilisateurs aient pu se confronter au nouveau design, à la performance, aux nouvelles fonctionnalités : qu'ils aient retrouvé leurs repères.



Encouragez au feedback sur votre page sur les stores

Pensez à inclure une demande de notation directement à la fin de la **description de votre application sur les stores** pour inciter à la notation en dirigeant vers la **page dédiée sur les stores** et en communiquant une **adresse mail de support** pour inviter les utilisateurs à reporter un bug ou une suggestion d'amélioration...

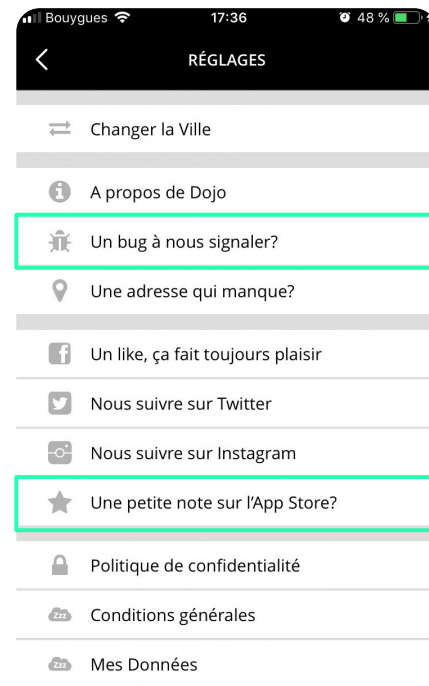
Cela évitera les avis négatifs sur la page de l'app et privilégiera plutôt l'échange avec un expert technique pour régler le problème rencontré.



Prévoyez un espace dédié aux feedbacks dans l'app

Prévoyez une page custom dédiée à la notation au sein de vos applications, souvent intégré dans les « **Paramètres** » ou « **Réglages** ».

Selon les différentes raisons qui peuvent motiver leur besoin d'entrer en contact avec vous, privilégiez le canal idéal : la notation sur le store pour les clients satisfaits (ici en sortant de l'app), contacter le **support** via **email** pour reporter des bugs techniques ou suggestions d'amélioration.



Surveillez & répondez aux commentaires

La majorité des insatisfactions porte sur 5 points principaux :

- + **UX-UI** : « *Expérience très moyenne, design trop simple, fade, manque de fluidité...* »
- + **Technique** : « *L'app présente trop de bugs* »
- + **Demande d'améliorations** : « *Application pouvant être améliorée par l'intégration d'Apple Pay* »
- + **Dissuasion** : « *Cette app n'est pas utile, ne la téléchargez pas* »
- + **Niveau attendu** : « *Très décevant, l'application n'est pas au niveau* »



Surveillez & répondez aux commentaires

Faire preuve de réactivité dans la réponse aux commentaires des utilisateurs et la correction des problèmes (dans la mesure du possible), peut les amener à modifier leur notation en une note supérieure, et ainsi contribuer à une hausse du classement de l'app et l'amélioration de son taux de téléchargement. Les deux OS proposent d'être alerté dès lors qu'un avis/commentaire est posté pour réagir au plus vite. L'utilisateur est lui aussi notifié lorsque vous répondez à son commentaire et incité à modifier sa notation. Chaque utilisateur ne peut évaluer une app qu'une seule fois, mais il peut modifier sa note ou son avis à tout moment.

Le rôle du store manager

- Lister les demandes d'améliorations pour les intégrer dans la roadmap des corrections et évolutions des apps.
- Répondre aux questions des utilisateurs de manière personnalisée, leur donner de la visibilité sur les corrections/évolutions à venir, les rediriger vers un autre point de contact quand le commentaire n'est pas lié au fonctionnement de l'app.
- Remercier les utilisateurs satisfaits ou ayant fait l'effort de proposer des améliorations...

Activez les alertes de notation

LE BON MOMENT

Chaque app est différente, en fonction de son secteur d'activité notamment, et mérite d'avoir une vraie réflexion sur les scénarii de demandes de notation pour faire en sorte de les formuler au moment opportun. Pour cela, basez-vous sur vos analytics : le nombre de connexions et la fréquence d'utilisation de l'app par les utilisateurs, le nombre de fonctionnalités explorées, le nombre de tâches complétées...

- Recherchez les *stopping points* naturels où l'utilisateur est "statique" pendant quelques secondes
- Paramétrez l'alerte **après** certains points de passage significatifs et positifs **et non pendant**, au risque d'interrompre le parcours
- Ne demandez pas de noter l'app lors de la phase d'onboarding ou dès son lancement
- Choisissez le moment de la journée le plus propice à ce que l'utilisateur prenne le temps de compléter la notation.

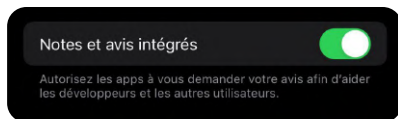
- ⚠ Cela va de soi, mais ne l'affichez pas non plus lors de la session qui suit un crash.
- ⚠ Pensez à la désactiver si vous rencontrez des problèmes techniques pendant une période.

Activez les alertes de notation

LA BONNE CIBLE

Utilisez les outils de segmentation analytiques pour ne cibler que les utilisateurs les plus actifs et ainsi obtenir des notes représentatives et des avis utiles.

- Exposer l'alerte aux personnes ayant utilisé l'app au moins un certain nombre de fois (minimum 5 fois)
- Dans les deux cas - iOS et Android - l'alerte ne s'affichera pas aux utilisateurs ayant déjà noté l'app. iOS affiche cependant l'alerte s'il s'agit d'une nouvelle version de l'app ou si la notation précédemment faite par l'utilisateur date de plus de 365 jours..



- ⚠ Les utilisateurs iOS peuvent décider de ne jamais recevoir d'alerte d'incitation à noter une app.
- ⚠ N'incitez pas les utilisateurs pour qu'ils vous notent en leur offrant une récompense, c'est illégal.

Activez les alertes de notation

LA BONNE FRÉQUENCE

Pour offrir une expérience utilisateur de qualité et éviter de sur-solliciter l'utilisateur, respectez certaines règles d'affichage.

- Paramétrez des règles d'affichage raisonnables (par exemple, toutes les 50 sessions).
- Ne présentez l'alerte qu'une fois par version de l'app.
- Si Android ne définit pas clairement de quota dans sa documentation*, nous conseillons de respecter la règle des 3 occurrences sur une période de 365 jours instaurée par iOS.

*Google Play impose un quota limité dans le temps qui régit la fréquence d'affichage de la boîte de dialogue d'évaluation et dont la valeur est susceptible d'être modifiée sans préavis. En raison de ce quota, l'appel de la méthode `launchReviewFlow` plusieurs fois sur une courte période (moins d'un mois, par exemple) n'affiche pas toujours dans une boîte de dialogue.

Activez les alertes natives

 iOS STOREREVIEWCONTROLLER |  IN-APP REVIEW

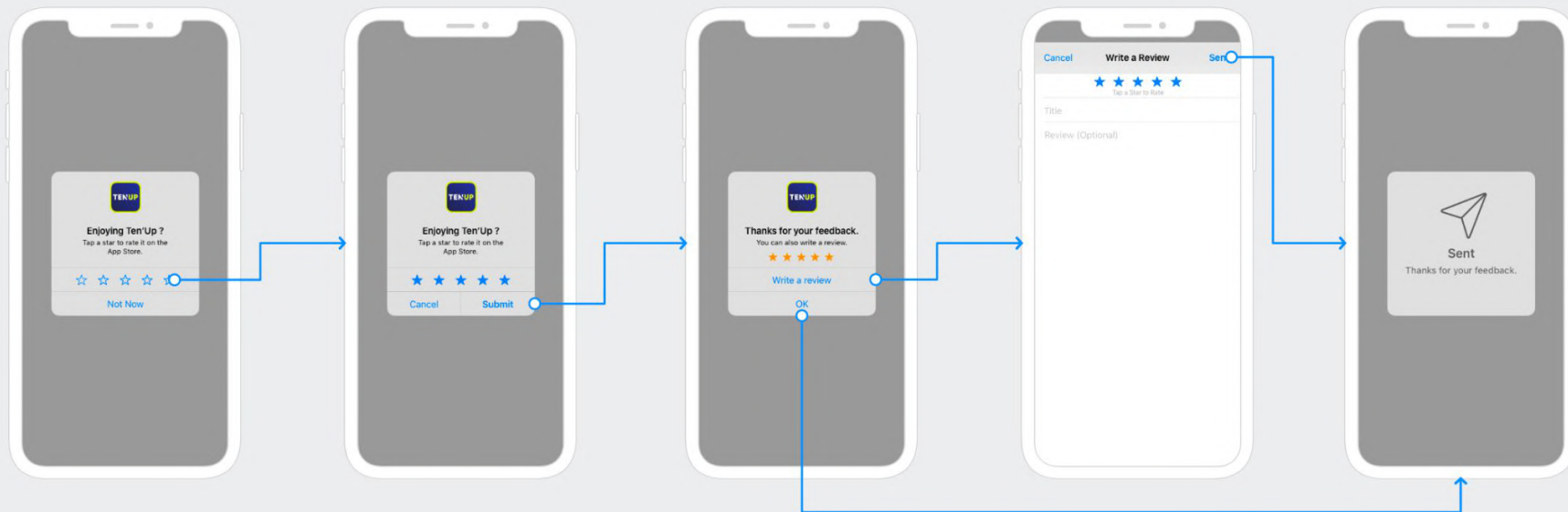
Pour permettre aux utilisateurs de soumettre des notes et des avis sur les stores sans avoir à quitter l'application :

- Le framework StoreKit fourni par iOS dispose d'une méthode [requestReview](#)
- Google Play propose l'API [In-App Review](#)

Les deux OS imposent le recours à leur alerte system dont le design et le texte sont immuables. Déjà pensée pour être la moins intrusive possible, cette alerte system est reconnaissable par tous les utilisateurs de l'OS et génère plus de confiance qu'une alerte custom qui pourrait s'apparenter à de la publicité. Les utilisateurs peuvent décider, en un tap, de compléter la notation de l'app via un système d'1 à 5 étoiles et de laisser un commentaire (optionnel).

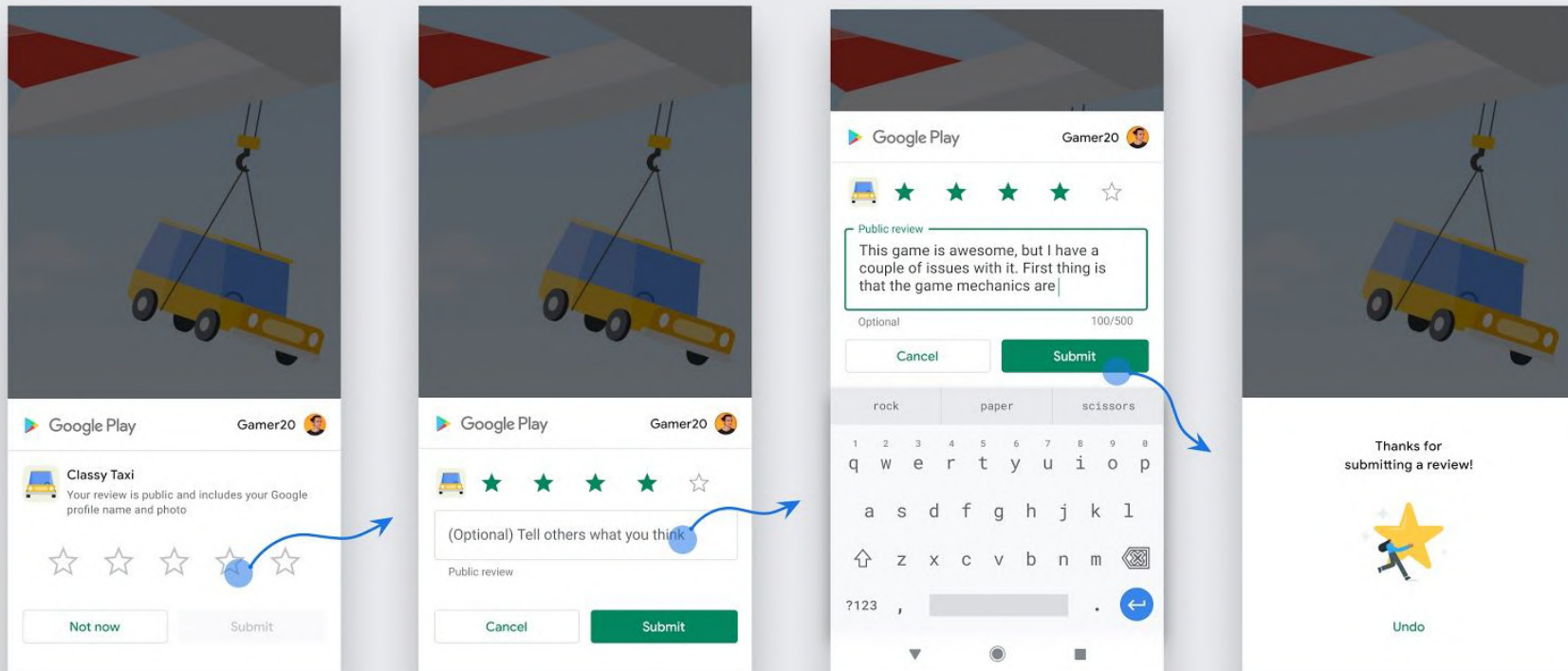
[iOS]

Zoom sur RequestReview



[Android]

Zoom sur l'In-App Review



Sonder les utilisateurs avant l'alerte

Pour sonder les utilisateurs et éviter les avis négatifs, certaines apps mettent en place une alerte intermédiaire custom.

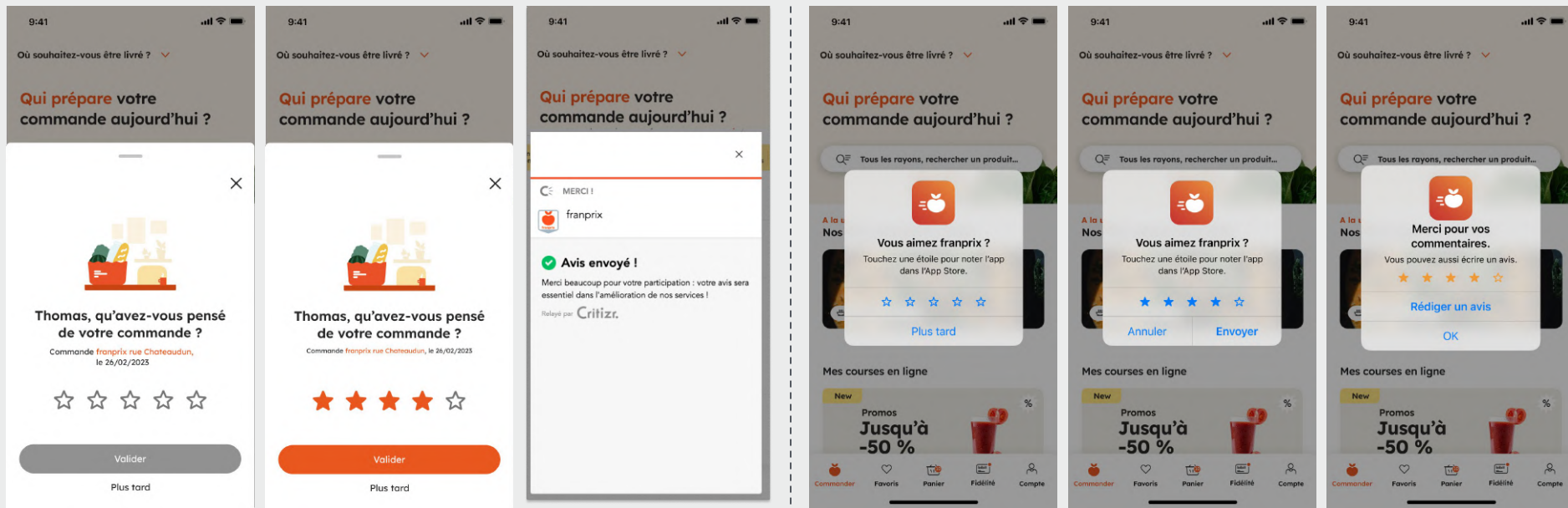
L'alerte intermédiaire, une façon de cibler les utilisateurs satisfaits :

- Cette alerte custom consiste à demander à l'utilisateur s'il apprécie l'app / s'il est satisfait de l'app :
si oui → l'alerte nativement gérée par l'OS peut s'afficher | si non → l'utilisateur est redirigé vers un formulaire de contact
- Paramétrez cette alerte aux bons moments (au bout de 5 commandes passées, après 3 défis gagnés, après 3 parrainages réalisés...)

⚠ Attention cependant à ce type de pratique qui, selon le wording employé, risquerait d'être sanctionné par l'OS qui n'apprécie guère que l'on tente d'éviter les mauvaises notes. Les deux OS imposent de ne pas avoir d'option d'incitation à l'action (un bouton, par exemple) afin de déclencher l'API (requestReview sur iOS et InApp Review sur Android). D'autre part, on ne sait pas à quel moment l'OS décidera d'afficher l'alerte. Il se pourrait donc qu'au tap, laissant penser que l'on va noter l'app, rien ne s'affiche (car le quota fixé par l'OS est atteint par exemple). Pour éviter toute déception de l'utilisateur, de telles pratiques fonctionnent donc plutôt pour une notation dirigeant vers la fiche store.

[Exemple]

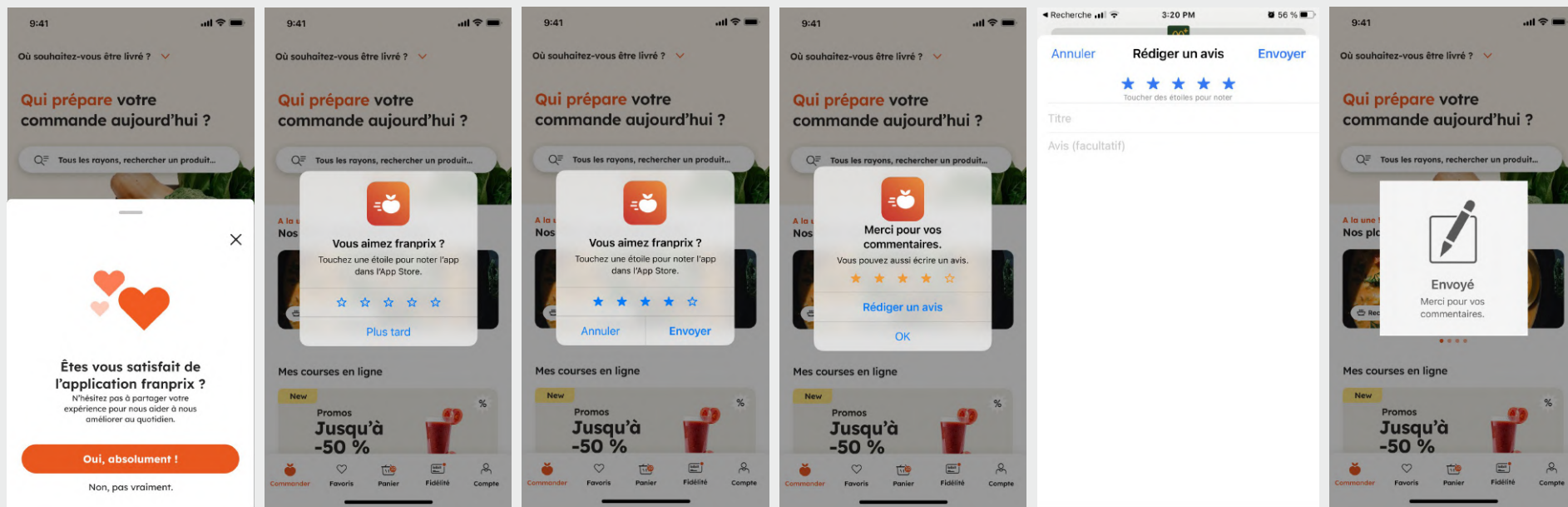
Zoom sur un scénario d'alerte à la notation



Si l'utilisateur note 5 étoiles sa commande, alors à sa prochaine connexion, l'alerte "Êtes vous satisfait de l'app" apparaît

[Exemple]

Zoom sur un scénario d'alerte à la notation



Si l'utilisateur note 5 étoiles sa commande, alors à sa prochaine connexion, l'alerte "Êtes vous satisfait de l'app" apparaît

Tout au long des mises à jour de votre app

Organisez des user tests & ateliers de co-création

Vous pouvez également vous éviter bon nombre d'avis & commentaires négatifs en prévoyant des **tests utilisateurs avant le lancement d'une nouvelle release**. Réunissez les équipes et des utilisateurs finaux pour tester l'application, prenez en compte leurs retours et ainsi évitez les mauvaises surprises... L'analyse des commentaires doit également vous permettre de privilégier l'implémentation des fonctionnalités que vos utilisateurs attendent. N'hésitez pas à organiser des **ateliers de co-création** avec certains d'entre eux & vos équipes pour imaginer au mieux les parcours idéaux.

Marie Billon
Directrice de la Communication & des Etudes
m.billon@useradgents.com



USERADGENTS

8 rue de la Rochefoucauld - 75009 Paris
01 77 75 65 90
www.useradgents.com