



MOBILI *tea time* #1

REPORT DU PETIT-DÉJEUNER DU 16/04/2015



Smartwatches: time to market?

*Les montres connectées ont-elle
un intérêt pour votre marque ?*

SOMMAIRE

PARTIE 1

LES SMARTWATCHES

1. ETAT DES LIEUX DU MARCHÉ DES WEARABLES / P.4
2. PRÉVISIONS DU MARCHÉ DES SMARTWATCHES / P.10

PARTIE 2

L'APPLE WATCH

1. L'APPLE WATCH : UN NOUVEL UNIVERS / P.14
2. L'APPLE WATCH : L'USER EXPERIENCE / P.20
3. L'APPLE WATCH : SPECIFICATIONS TECHNIQUES / P.28
4. POSSIBILITÉS POUR LES MARQUES / P.42
5. LES PREMIÈRES IMPRESSIONS SUR L'APPLE WATCH / P.52
6. COMMENT VA-T-ELLE S'IMPOSER ? / P.59



PARTIE 1

LES SMARTWATCHES

Marché & prévisions

1. ETAT DES LIEUX DU MARCHÉ DES WEARABLES

LE MARCHÉ DES WEARABLES EN 2014



640K

640 000 consommateurs ont été séduits en 2014 par un produit wearables avec un équilibre quasi parfait entre montres connectées, montres de sport et traqueurs d'activité *

+250%

Les montres connectées connaissent une **croissance de 250%** en 1 an, du 1er trimestre 2013 au 1er trimestre 2014**

POURQUOI LES SMARTWATCHES SÉDUISENT ?



Et pour cause ! Le poignet est la partie du corps la plus naturelle et la plus pratique.

51%* des Français **préfèrent porter un wearable au poignet** plutôt qu'à un autre endroit.

POURQUOI LES SMARTWATCHES SÉDUISENT ?

> UNE RÉPONSE À UN PREMIER BESOIN



29%

des utilisateurs de smartphones en France sont d'accord avec cette affirmation* :

« J'en ai assez de constamment sortir mon téléphone de ma poche. »

LES 3 ACTEURS PHARES DE 2014



Au premier trimestre 2014, Samsung aurait vendu 500 000 exemplaires de sa Galaxy Gear. Un succès commercial lui assurant **71 % du marché mondial des smartwatches***



La moto 360 de Motorola compte également parmi les principaux acteurs du marché avec sa montre connectée qui mise sur le style comme argument de différenciation.



La montre Pebble Time s'est lancée sur Kickstarter et a atteint son objectif de 500K\$ en 32 minutes pour lever jusqu'à **15 millions de \$ en 10 jours** et battre le record du projet le mieux financé de la plateforme. Sa différence : un design élégant, une autonomie de 7 jours et un prix abordable.

LES ACTEURS DE DEMAIN ?



SWATCH
LA MONTRE GRAND PUBLIC



GUCCI & WILL.I.A.M. : I.AM+
LA MONTRE INDÉPENDANTE



**TAG HUEUR & INTEL
& GOOGLE**
LA MONTRE BIJOU



MONTBLANC
LE BRACELET CONNECTÉ À LA MONTRE

2. PRÉVISIONS DU MARCHÉ DES SMARTWATCHES

ET DANS LE FUTUR, QUELLES ÉVOLUTIONS ?



91,6M

91,6 millions de smartwatches auront été vendues globalement en 2018*



13 À 15M

L'Apple watch devrait déjà atteindre les 13 à 15 millions d'exemplaires vendus fin 2015**

48%

L'Apple watch devrait représenter 48% du marché en 2017

UN NOUVEAU DEVICE, DE NOUVEAUX CHALLENGES



La marque passe de la poche au poignet du consommateur :
encore plus de proximité !



Mais pour une expérience non-intrusive & positive : **nécessité de penser des services contextualisés et personnalisés**



PARTIE 2

ZOOM SUR L'APPLE WATCH

Visions UX et technique, reviews

1. L'APPLE WATCH : UN NOUVEL UNIVERS

L'APPLE WATCH : UN DÉBUT DE SUCCÈS



10 AVRIL
EN PRÉ-
COMMANDE

1 MILLION
DE PRÉ-COMMANDES
EN 24 HEURES !

soit l'équivalent de ce qui a été vendu par la
concurrence en plus d'un an

UN NOUVEAU RAPPORT À LA MARQUE

TRANSFORMATION DE LA MARQUE VERS UN UNIVERS MODE ET LUXE

EXTRAIT DU GUIDE INTERNE DE VENTE APPLE

Help Customers Find their Apple Watch

Start by asking the right questions.

Many customers have already decided they want an Apple Watch. With the right questions and the APPLE Steps of Service, you can make great Apple Watch recommendations that suit both personal style and lifestyle.

What's their personal style?

Discover your customer's needs, tastes, and material preferences.

- Are you looking for a watch that's more casual or formal?
- Would you like additional bands to suit different occasions?
- Do you prefer metal or leather bands?

- Une nouvelle manière de vendre les produits
- Changement de culture
- Une alliance entre innovation et mode
- Un écosystème Apple encore plus complet pour les consommateurs

UN NOUVEAU RAPPORT À LA MARQUE

TRANSFORMATION DE LA MARQUE VERS UN UNIVERS MODE ET LUXE



WHAT GENEVA IS SAYING...

"Our customers will keep wearing their mechanical watch . . . traditional watches are about craftsmanship, ancestral know-how, and passion."

— Aldo Magada
CEO
Zenith

"A lot of hype about the smart watch development is probably based on some bad memories of the last crisis caused by the quartz watch."

— Daniel Niederer
Founder
SevenFriday

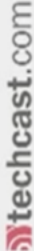


"I foresee a positive impact for the industry as the Swatch did 30 years ago—it's a first step for members of Gen-Y to dress up their wrist."

— Hamdi Chatti
VP of Watches & Jewelry
Louis Vuitton

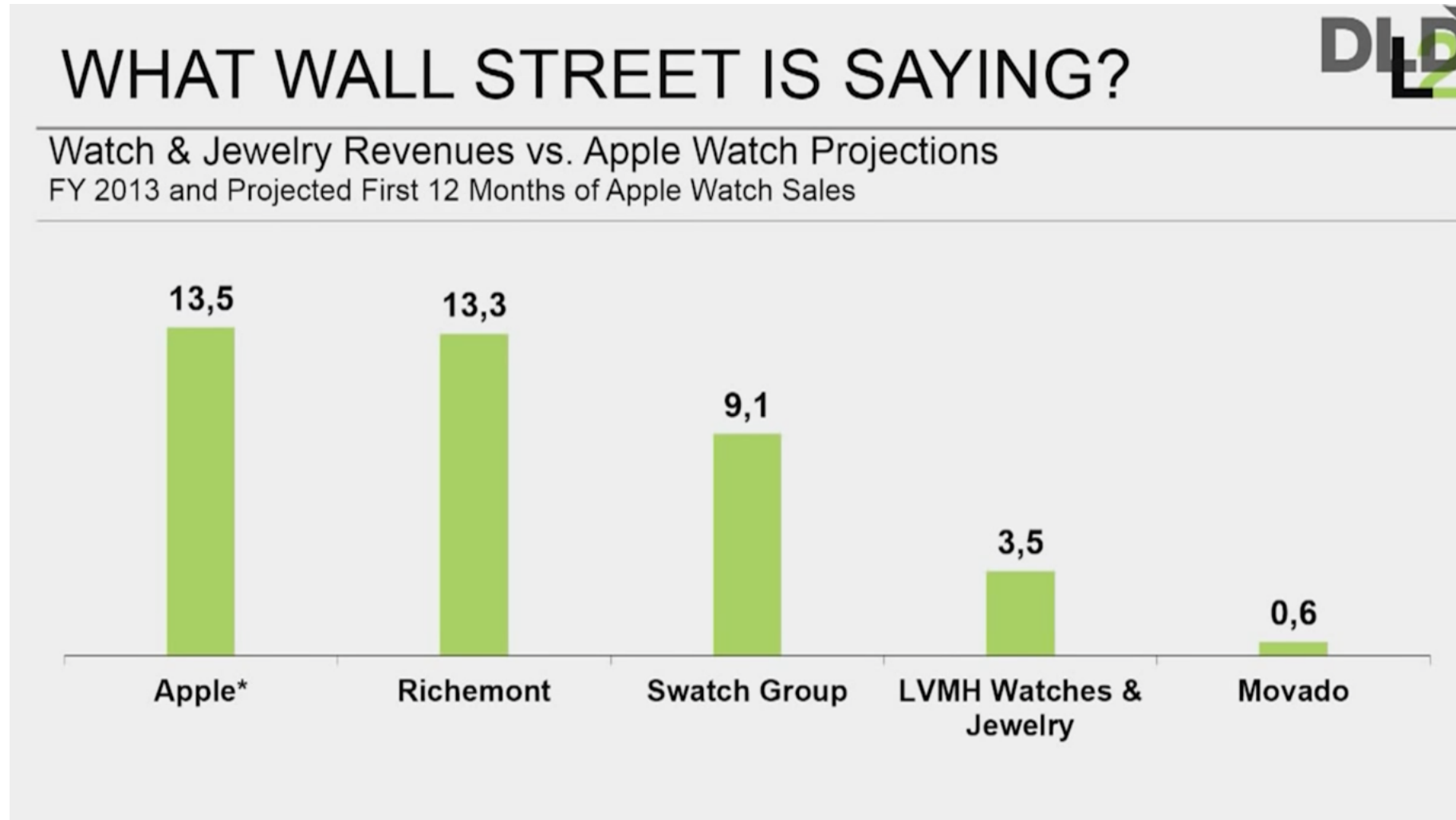
"It is not a big revolution as far as I can understand, but it has the Apple halo and would certainly be very successful."

— Pascal Ravessoud
General Secretary, Cultural Council
Foundation de la Haute Horlogerie



UN NOUVEAU RAPPORT À LA MARQUE

TRANSFORMATION DE LA MARQUE VERS UN UNIVERS MODE ET LUXE



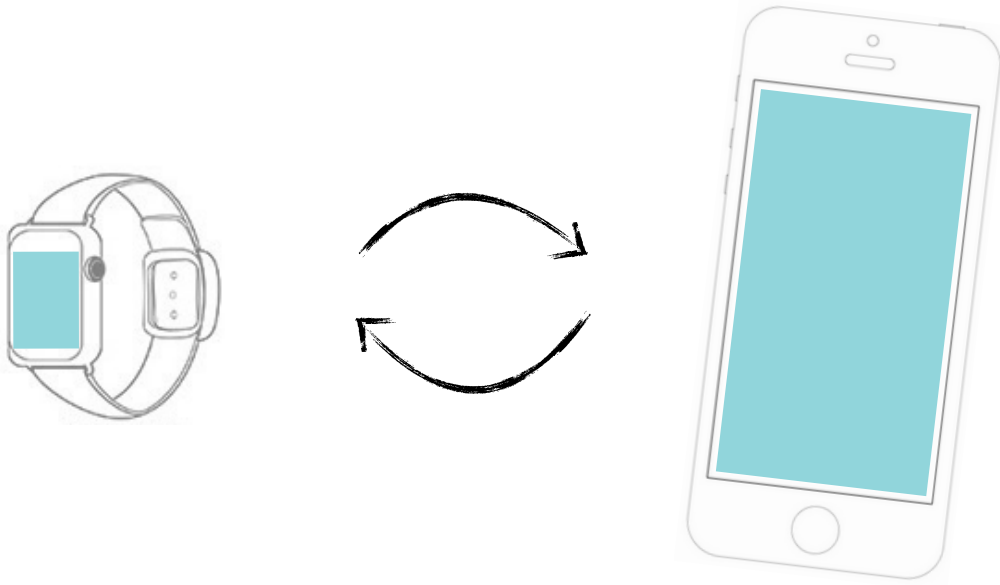
UNE MONTRE ?

L'iPhone n'est pas un téléphone mais un mini-ordinateur permettant de communiquer.

L'Apple Watch n'est pas vraiment une montre, plutôt un micro-ordinateur servant d'assistant personnel, et accessoirement pouvant donner l'heure.

2. L'APPLE WATCH : L'USER EXPERIENCE

AN « IPHONE PLUS » EXPERIENCE



La montre n'est pas un remplacement de l'iPhone

Elle permet de recevoir les « Gold information » que l'utilisateur veut savoir sans avoir à sortir son téléphone de sa poche

Des informations pyramidales :

Une notification sur la watch qui peut mener à plus d'infos lors de la navigation et continuer au travers de l'iPhone

L'utilisation principale est lorsque le téléphone est dans la poche et locké, lorsque l'utilisateur utilise son iPhone, la montre n'est plus nécessaire.

UNE MONTRE PERSONNALISÉE

UNE MULTIPLICITÉ DE CHOIX MAIS UN FONCTIONNEL COMMUN

APPLE WATCH



18 versions

de 649 à 1249 euros.

APPLE WATCH SPORT



10 versions

de 399 à 449 euros

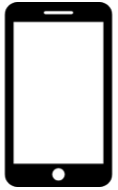
APPLE WATCH EDITION



6 versions

de 11 000 à 18 000 euros

QUE PEUT-ON FAIRE AVEC L'APPLE WATCH ?



Un companion device, comme 91%* des smartwatches
Une amplification du smartphone : l'essentiel des informations



Portée au poignet, **elle est ultra-présente et ultra-mobile**
Une relation de proximité plus forte



Un écran réduit, une nouvelle UI
qui demande des actions simples & rapides



Un outil intime et personnel qui contient encore plus de données personnelles que le smartphone : **attention aux intrusions et vive les expériences personnalisées**

QUE PEUT-ON FAIRE AVEC L'APPLE WATCH ?



 Messages



 Téléphone



 Mail



 Calendrier



 Activité



 Exercice



 Plans



 Passbook



 Siri



 Musique



 Télécommande



 Remote

...mais aussi Météo, Bourse, Photos, etc.

UX : DE NOUVELLES INTERACTIONS

DE NOUVEAUX REPÈRES À INTÉGRER



Les capteurs peuvent faire la différence entre une « **tape** » et une « **pression** » grâce au **Taptic engine & Force Touch**



Bouton pour contacter un ami



Couronne digitale :
Tourner pour zoomer
Pousser pour retourner à la home page, etc.



La fonction Digital Touch :
Elle permet de communiquer avec quelqu'un ayant une Apple Watch : dessin tactile, envoi d'images animées et de « tocs » ou encore son rythme cardiaque

UX : DE NOUVELLES INTERACTIONS

DE NOUVEAUX REPÈRES À INTÉGRER



La commande vocale : essentielle sur la watch qui ne permet pas de taper du texte !

- Dicter les messages
- Dicter les actions
- Poser des questions

UX : DE NOUVELLES INTERACTIONS

DE NOUVEAUX REPÈRES À INTÉGRER



Le Force Touch : un geste qui va devenir populaire pour entraîner des actions immédiates.

- Proposer instantanément toute une gamme de commandes contextuelles
- Faire apparaître des commandes supplémentaires dans certaines apps.
- Suspendre ou interrompre un entraînement, chercher une adresse dans Plans...

3. L'APPLE WATCH : SPECIFICATIONS TECHNIQUES

L'APPLE WATCH

SPECIFICATIONS TECHNIQUES



- Nécessite un iPhone 5 ou plus
- Processeurs S1 (TBC)
- Connexion Bluetooth (BLE)
- Accéléromètre & Cardiofréquencemètre
- Siri (activation via « Dis Siri » ou bien appuie prolongé sur la Couronne digitale)
- Haut-parleur
- La localisation par GPS & Wifi se fait via l'iPhone & non l'Apple Watch

L'APPLE WATCH

L'ÉCRAN



- Ecran Retina, 60 image / sec (TBC)
- Définition : 272x340 (38mm) et 312x390 (42mm)
- Technologie Force Touch (gestion de la pression)
- Multi-touch
- Taptic Engine :
 - Génère une pression lors d'interaction (réception d'alerte, pression sur l'écran,...)

L'APPLE WATCH

BATTERIE, AUTONOMIE ET CHARGEMENT



- Autonomie (estimée) :
 - 3 jours en veille
 - 18 heures en usage actif/passif
 - 2,5 heures à 4 heures en usage actif
- Chargeur technologie MagSafe
- Chargement par induction au dos du boîtier

L'APPLE WATCH

INTERACTIONS APPLE WATCH - IPHONE



- Pilotage de l'Iphone depuis la Watch pour
 - Mode Avion
 - Mode Ne pas déranger
 - Mode Silencieux
- Ping pour retrouver l'iPhone
- Pas de pilotage du téléphone (c'est n'est pas une télécommande)

DATA : LE NOUVEAU CHAMP DES POSSIBLES



« *Cardiofréquencemètre. L'Apple Watch vous connaît par cœur.* »

Au dos de son boîtier, des lentilles de saphir insérées dans une couche en céramique protègent un capteur spécialement conçu par Apple.

Celui-ci exploite des diodes LED infrarouges et des photodiodes pour détecter votre rythme cardiaque pendant vos entraînements, ou encore lorsque vous utilisez Coup d'oeil sur le cardiofréquencemètre.

UX & DATA : DÉPENDANCE DE LA WATCH



Nouveau SDK

Développement couplé à une application



Utilisation couplée à l'iPhone
Handoff

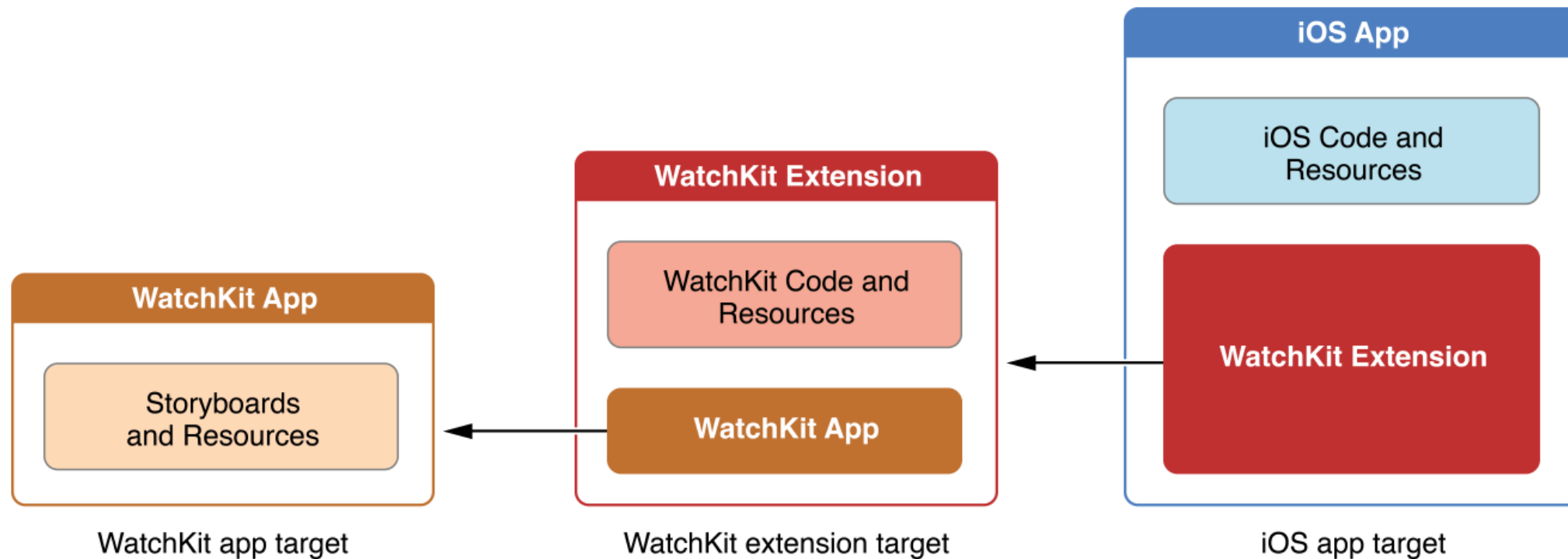


Apple Watch Companion pour
paramétrer depuis l'iPhone



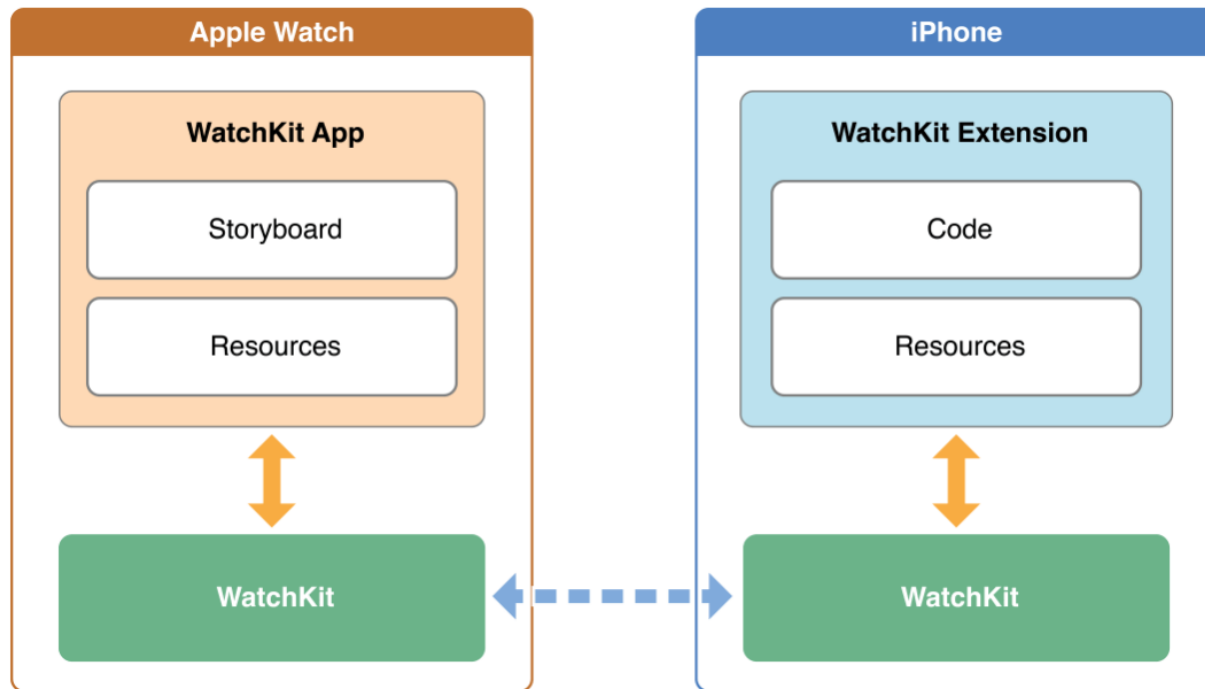
WATCHKIT, LE SDK D'APPLE WATCH

L'APPLICATION WATCH, UNE EXTENSION DE L'APPLICATION IOS



WATCHKIT, LE SDK D'APPLE WATCH

L'APPLICATION WATCH, UNE EXTENSION DE L'APPLICATION IOS



Watchkit App

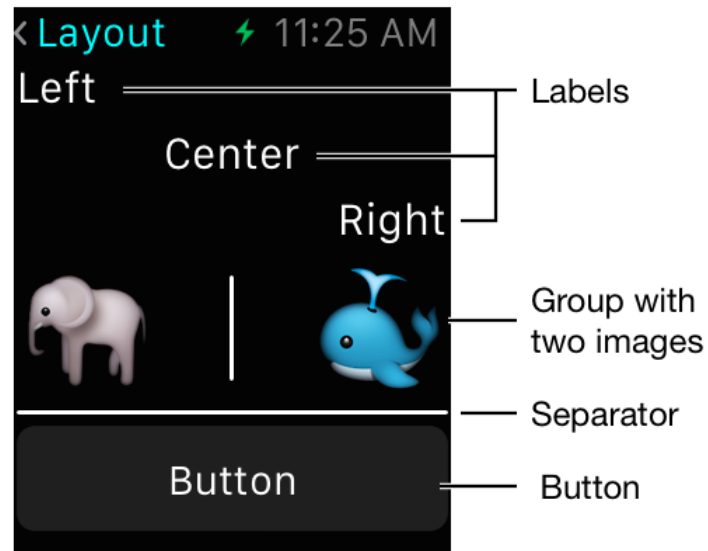
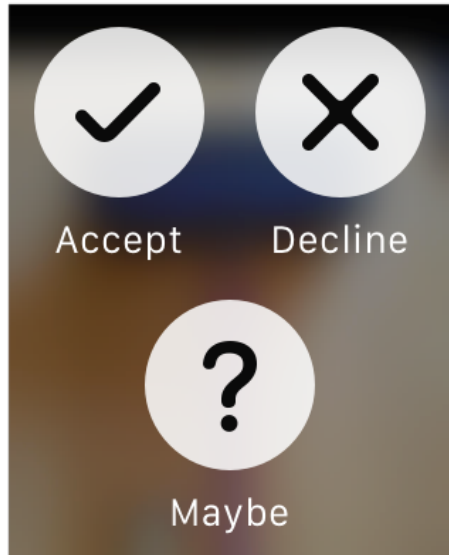
- Présent sur l'Apple Watch
- Contient les « templates & ressources des interfaces
- Gestion des 2 tailles de cadran (38mm & 42mm)

Watchkit Extension

- Présent sur l'iPhone
- Contient les codes & les ressources (20Mo maxi)
- Pas d'accès aux capteurs de l'Apple Watch pour les développeurs

WATCHKIT, LE SDK D'APPLE WATCH

LES DIFFÉRENTES EXPRESSIONS DE LA WATCHKIT APP

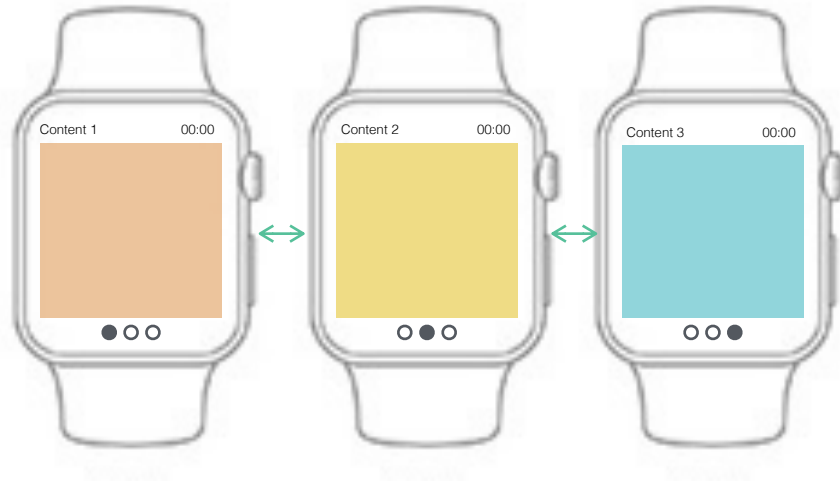


Les Applications Watchkit

- Lancées par l'utilisateur depuis la home Watch
- Suite d'écrans (« scènes ») avec interactions utilisateurs
- Navigation type « page » ou « hiérarchique »
- Menus contextuels
- Mise à jour on-screen possible (parfois limité)
- Obligatoire

WATCHKIT, LE SDK D'APPLE WATCH

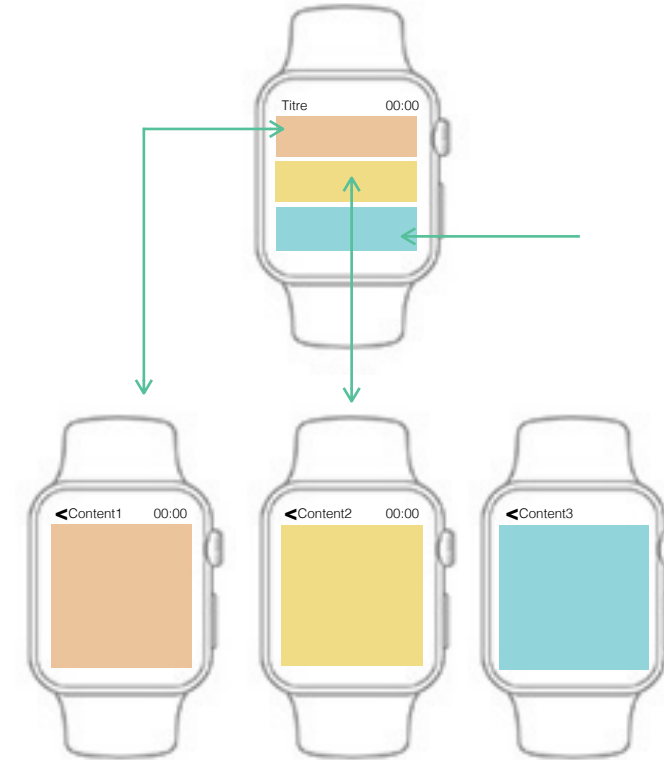
LES DIFFÉRENTES EXPRESSIONS DE LA WATCHKIT APP



Navigation par page

La navigation de « sujet » en « sujet » ne se fait que par swipe gauche / droit.

+ Le scroll pour accéder aux détails



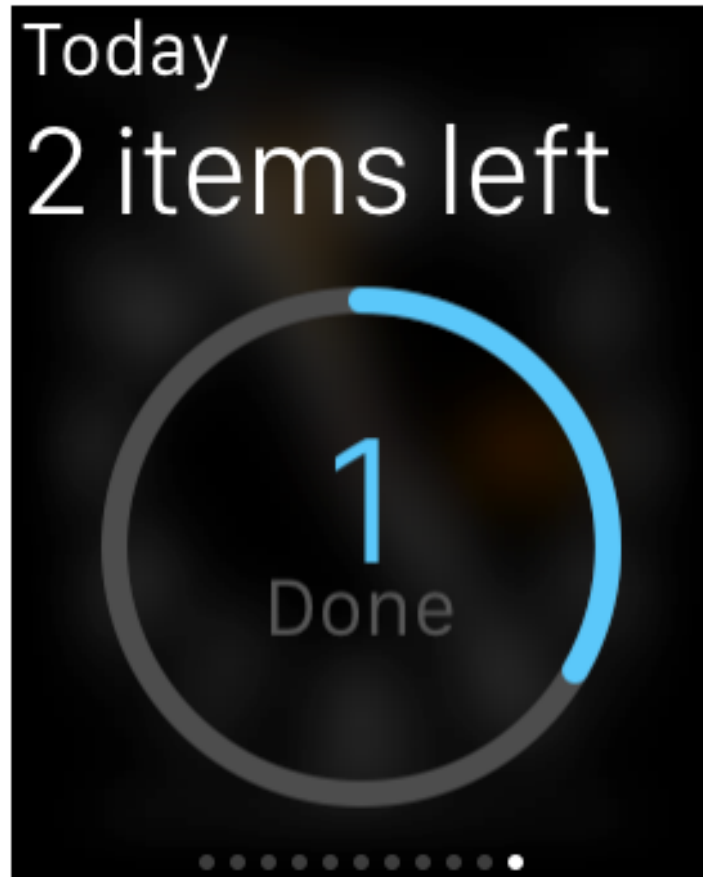
Navigation hiérarchique

La navigation de « sujet » en « sujet » se fait via un accueil-menu et le retour via un back

+ Scroll pour accéder aux détails

WATCHKIT, LE SDK D'APPLE WATCH

LES DIFFÉRENTES EXPRESSIONS DE LA WATCHKIT APP

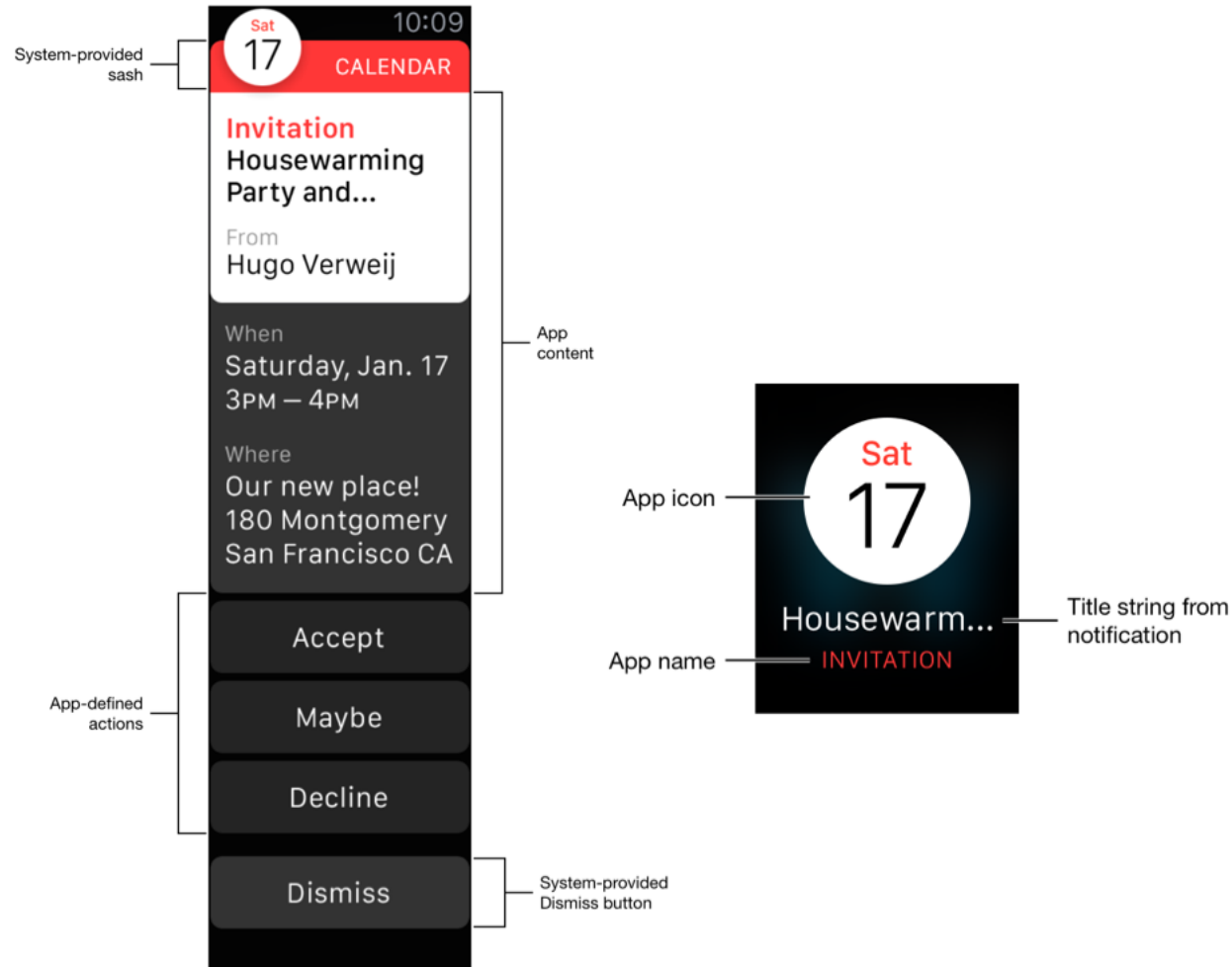


Les Glances (« coup d'oeil »)

- L'information (images, textes...) essentielle de l'app
- Un seul par app
- Accessibles seulement en lecture et sans défilement
- Mise à jour on-screen possible (parfois limité)
- Au touch, lancement de l'application
- Optionnel

WATCHKIT, LE SDK D'APPLE WATCH

LES DIFFÉRENTES EXPRESSIONS DE LA WATCHKIT APP

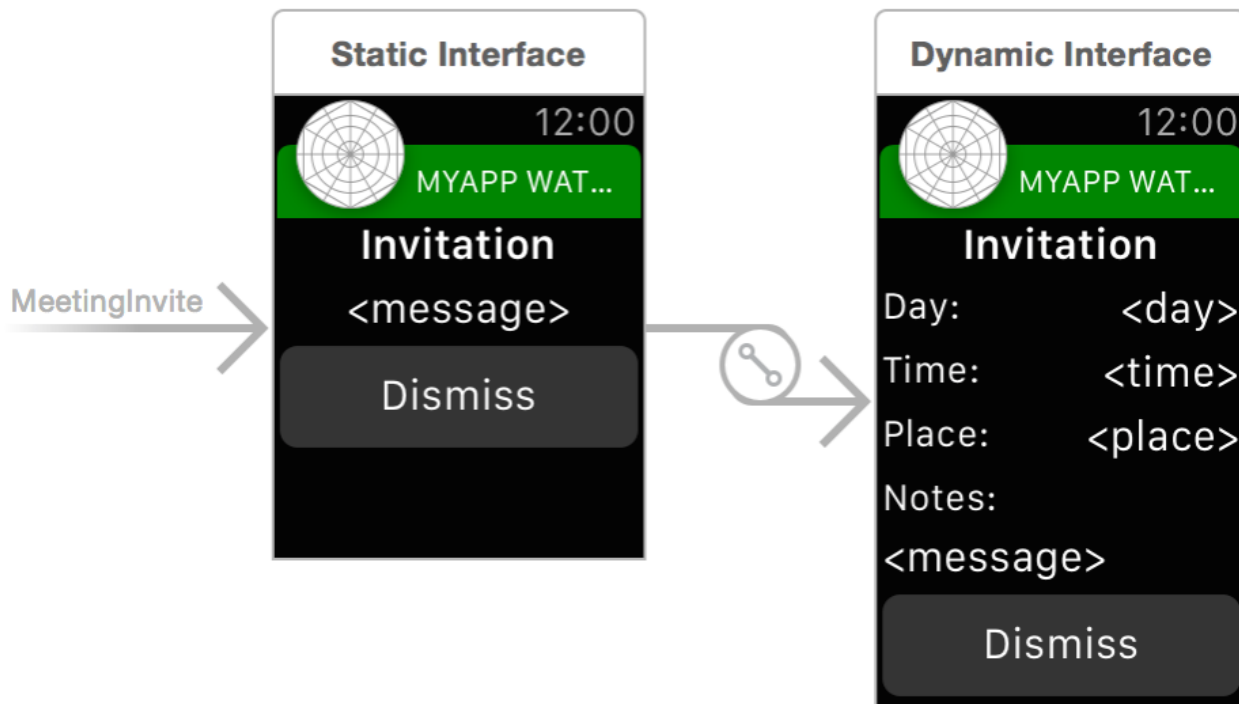


Les notifications

- Par défaut iso iPhone (local & remote), mais possibilité de les customiser (textes ou des photos)
- Interaction directe depuis les alertes (iOS8)
- Vue « Short look » & « Long Look » (détail)
- Optionnel, mais certainement les plus utilisées

WATCHKIT, LE SDK D'APPLE WATCH

LES DIFFÉRENTES EXPRESSIONS DE LA WATCHKIT APP



Les notifications

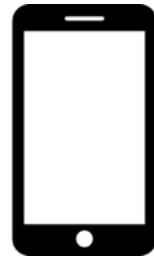
- La vue « Long Look » est personnalisable
- Vue statique & dynamique

4. POSSIBILITÉS POUR LES MARQUES

LES POSSIBILITÉS POUR LES MARQUES



100% NAV



**50% APPS
50% NAV**



100 % APPS

LES POSSIBILITÉS POUR LES MARQUES

Importance de l'UX des apps

- Sens
- Service
- Contexte



EXEMPLES D'APPLICATIONS



Facebook

Les utilisateurs pourront scroller dans leur newsfeed et leurs notifications.

EXEMPLES D'APPLICATIONS



BMW

BMW

L'application permettrait aux conducteurs de voir le pourcentage de batterie qu'il leur reste dans leur véhicule électrique.

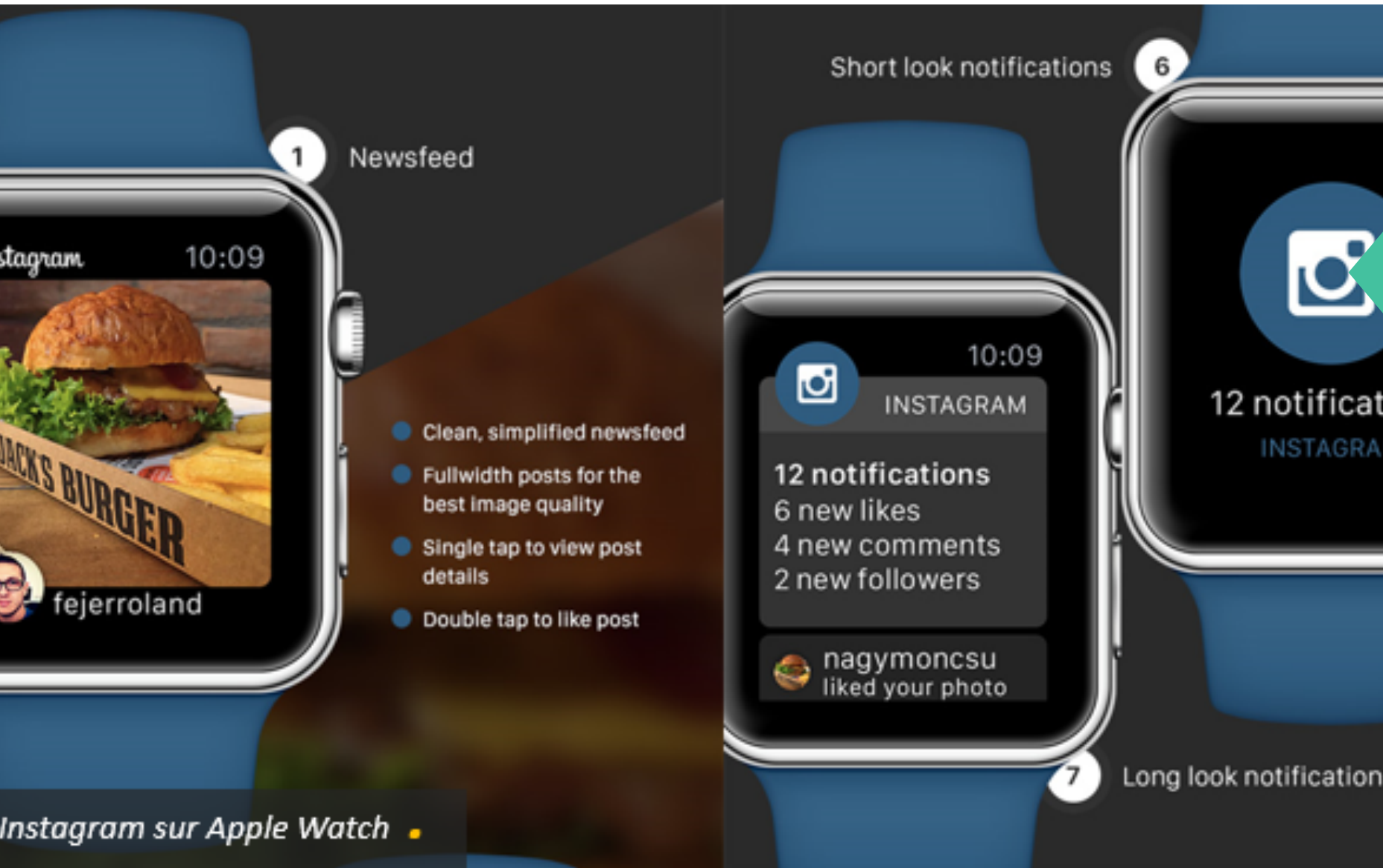
EXEMPLES D'APPLICATIONS



American Airlines

L'application permettrait de faire son check-in et de déposer / récupérer ses bagages.

EXEMPLES D'APPLICATIONS



Instagram

L'application Instagram permettrait de voir son feed et ses notifications et d'aimer les photos en double tapant.

EXEMPLES D'APPLICATIONS



Tesla *(concept)*

L'application pourrait permettre de verrouiller et déverrouiller la voiture, allumer les phares, gérer la température et la batterie.

EXEMPLES D'APPLICATIONS



Select Car Type
with a deep press

Uber *(concept)*

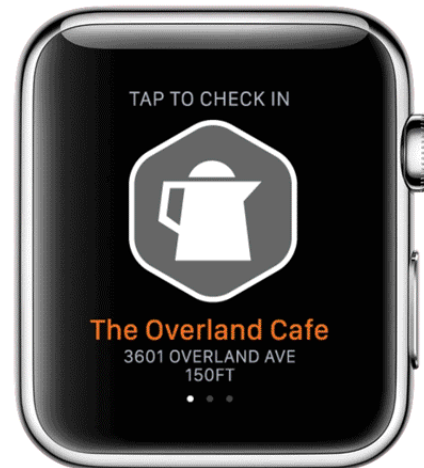
L'application Uber pourrait permettre de taper pour demander un conducteur, d'avoir des informations sur l'arrivée du chauffeur, de suivre son itinéraire et de connaître le montant de la course.

EXEMPLES D'APPLICATIONS

Notification



Location Select
HARD TAP



Location Select
HARD TAP



Swarm *(concept)*

Un designer a imaginé l'application pour apple watch de manière beaucoup plus simple que celle sur mobile permettant de se check-in et voir qui est autour de soi facilement.

5. LES PREMIÈRES IMPRESSIONS SUR L'APPLE WATCH

TOUTE NOUVEAUTÉ ENTRAÎNE DES AVIS MITIGÉS

CE QU'EN PENSENT LES PREMIERS TESTEURS



LA MEILLEURE MONTRE DU MARCHÉ



CONSULTATION ET ACTIONS PLUS PRATIQUES ET RAPIDES



UNE MANIÈRE D'AVOIR L'ESSENTIEL DES INFORMATIONS

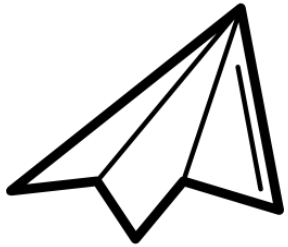


UN NOUVEAU MOYEN DE COMMUNICATION PROMETTEUR : DESSINS, BATTEMENTS DE COEURS...

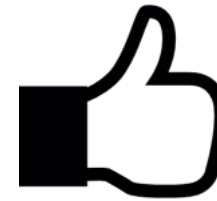
TOUTE NOUVEAUTÉ ENTRAÎNE DES AVIS MITIGÉS

CE QU'EN PENSENT LES PREMIERS TESTEURS

MAIS...



GADGET



EFFET DE MODE



PEUR DE LA SUREXPOSITION ET
SURSOLLICITATION



DÉDIÉ AUX SPORTIFS & EARLY
ADAPTERS

TOUTE NOUVEAUTÉ ENTRAÎNE DES AVIS MITIGÉS

CE QU'EN PENSENT LES PREMIERS TESTEURS

**PAS UNE RÉVOLUTION,
MAIS UN PREMIER PAS**

QUELLES AMÉLIORATIONS ATTENDUES ?

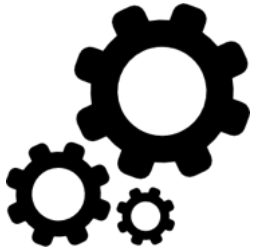
CE QU'EN PENSENT LES PREMIERS TESTEURS



UNE MEILLEURE UX DE LA WATCH



PLUS DE PERSONNALISATION À LA IFTTT



UNE MEILLEURE PERFORMANCE
(BATTERIE, LOCALISATION, SIRI)



PLUS D'INDÉPENDANCE VIS À VIS DE
L'IPHONE

NOTRE TEST

NOS FEEDBACKS



POINTS POSITIFS

Personnalisation et multiplicité de choix

Définition de l'écran

Nouvelles formes de communication montre à montre

Appels courts possibles depuis la montre

Informations essentielles et actions pratiques

La connexion wifi possible dans la maison

Utilisable même en calibre 38

NOTRE TEST

NOS FEEDBACKS



POINTS NÉGATIFS

La cohabitation avec la montre de valeur

Ecran noir au poignet

Sur-sollicitation : (impossibilité de filtrer les types de mails)

Form Factor Carrée : encore du travail sur la finesse du design

Tentante pour les pickpockets

6. COMMENT VA-T-ELLE S'IMPOSER ?

COMMENT VA-T-ELLE S'IMPOSER ?



AU SXSW 2015, BEAUCOUP PRÉDISENT QUE
LA MONTRE DEVIENDRA L'ÉCRAN PRINCIPAL.
COMMENT POURRAIT-ELLE S'IMPOSER ?

COMMENT VA-T-ELLE S'IMPOSER ?

**QUI A DÉBARQUÉ EN 2007
ET A CHANGÉ LE MONDE MOBILE ?**

COMMENT VA-T-ELLE S'IMPOSER ?



COMMENT VA-T-ELLE S'IMPOSER ?

ET IL A PARTICIPÉ A DÉTRÔNER LE WEB DESKTOP
AVEC DEUX APPLICATIONS :



COMMENT VA-T-ELLE S'IMPOSER ?



**LE CHALLENGE POUR L'APPLE WATCH :
DES KILLERS APPS QUI DONNERONT DU SENS**

POUR ALLER + LOIN

LA CONF'

**CETTE ÉTUDE PRÉSENTÉE EN LIVE
CHEZ VOUS PAR NOS FORMATEURS**

900€HT

LE WORKSHOP

**POUR DÉVELOPPER DES PISTES
D'IDÉES & D'OPPORTUNITÉS POUR
VOTRE ENTREPRISE**

À PARTIR DE 1600€HT

VOTRE CONTACT

Solange DERREY
s.derrey@useradgents.com

ÉTUDE RÉALISÉE PAR



userADgents
TRENDWATCHERS

Renaud Ménérat

Président

r.ménérat@useradgents.com

Vincent Pillet

Directeur Associé

vpillet@useradgents.com

Nicolas Benoist

Directeur Technique

n.benoist@useradgents.com

Solange Derrey

Responsable du Pôle Trendwatchers

& de la Communication

s.derrey@useradgents.com

VOIR TOUTES NOS OFFRES

*Et pour ne rien manquer
des prochaines études !*

JE M'INSCRIS À LA NEWS

JE FOLLOW SUR TWITTER



userADgents



RETROUVEZ NOS AUTRES **ÉTUDES** SUR **SLIDESHARE**

EN VOIR PLUS !

Digitalisation du point de vente,
smartwatches, smart home,
Apple TV... découvrez toutes
nos études en libre accès sur
Slideshare !



INTÉRESSÉ PAR UNE **ÉTUDE SUR-MESURE** POUR VOTRE ENTREPRISE ?

DÉCOUVRIR NOS OFFRES

Découvrez nos 3 offres d'études
sur-mesure : étude sectorielle,
étude de tendances et audit
de marque.

A partir de 5000 € H.T, sur devis



N'HÉSITEZ PAS À CONSULTER NOTRE CATALOGUE DE **FORMATIONS**

VOIR NOS 20 FORMATIONS

Envie d'en savoir plus sur le
mobile et l'innovation ?
Trouvez votre bonheur parmi
nos 20 formations animées par
des experts du domaine.

*A partir de 2000 € H.T
pour 1 à 15 personnes*

USERADGENTS & JOSHFIRE

userADgents



**AGENCE DIGITALE
MOBILE FIRST USER CENTRIC**

userADgents est spécialisée dans la conception, le développement et la promotion de sites et d'applications pour **smartphones, tablettes et objets connectés.**

Joshfire



**FABRIQUE D'OBJETS CONNECTÉS
& CABINET D'INNOVATIONS**

Joshfire, une équipe de designers et d'ingénieurs qui conçoivent de A à Z des **objets connectés et des expériences interactives** sur mesure.

USERADGENTS & JOSHFIRE

DEUX AGENCES COMPLÉMENTAIRES

Hier l'enjeu était de s'adapter au web mobile, **aujourd'hui & demain** il sera d'embrasser ce nouveau monde ultra connecté où **terminaux mobiles & objets communiquent**.

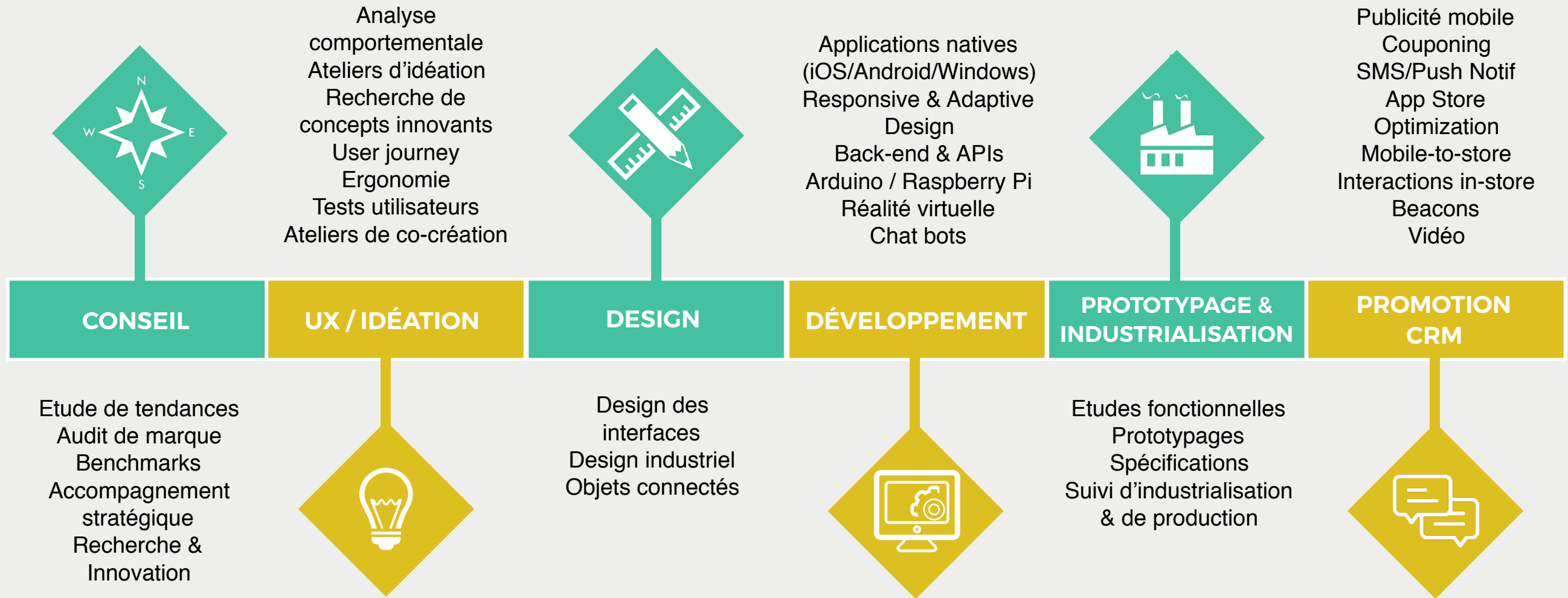
Notre **complémentarité** nous permet d'imaginer des expériences transversales à ces dispositifs et de répondre aux nouvelles problématiques des marques.

FORMANT À ELLES DEUX LA :

1 ÈRE
FABRIQUE
DE DISPOSITIFS
DIGITAUX INNOVANTS



...DU CONSEIL À LA COMMERCIALISATION...



...ANIMÉES PAR UNE VISION COMMUNE !



CULTIVEZ VOTRE DIFFÉRENCE

Dans un environnement de plus en plus concurrentiel et un contexte de surexposition des consommateurs, chaque marque doit cultiver sa différence et revendiquer son ADN et ses valeurs.

SENS ESSENCE EFFERVESCENCE



SOYEZ UTILES & COHÉRENTS

Nous pensons que le digital ne doit pas être gadget ! Nous voulons créer des dispositifs qui ont du sens pour vos clients.



OUVREZ GRAND LES YEUX

Le digital et vos clients sont en constante mouvance ! Nous aimons faire bouger les choses et secouer les esprits pour sortir des idées reçues et se challenger constamment.



userADgents

