



A.S.O AppStore Optimisation

SOMMAIRE

Introduction - La création de l'ASO

Pourquoi faire de l'ASO ?

Définition de l'ASO

Fiche Descriptive ASO

- Titre
- Description
- Icône

Critères de positionnement

Avis et Commentaires

ASO, un Business ?

Rendu



Julien Muller

Fondateur EOS Agency - Agence E-Reputation
Professeur délégué Axe Web et E-Business - IIM
Formateur E-Reputation, Consultant SEO

Experience :

Lagardère Publicité, Traffic Manager
Netbooster, Consultant SEO

Intervenant Écoles :

IIM - Institut de l'Internet et du Multimédia
Talenco - Transformation Digitale
ESILV - Ecole Supérieur d'ingénieur Léonard de Vinci
Webforce 3, Doranco, EIML, EDC...

Intervenant Entreprises :

SFR, Caisse des Dépôts, Auchan Drive, Roche Bobois,
Beiersdorf...



LA CRÉATION DE L'ASO

LE SEO depuis 5 ans

Guerre constante entre Google et les références

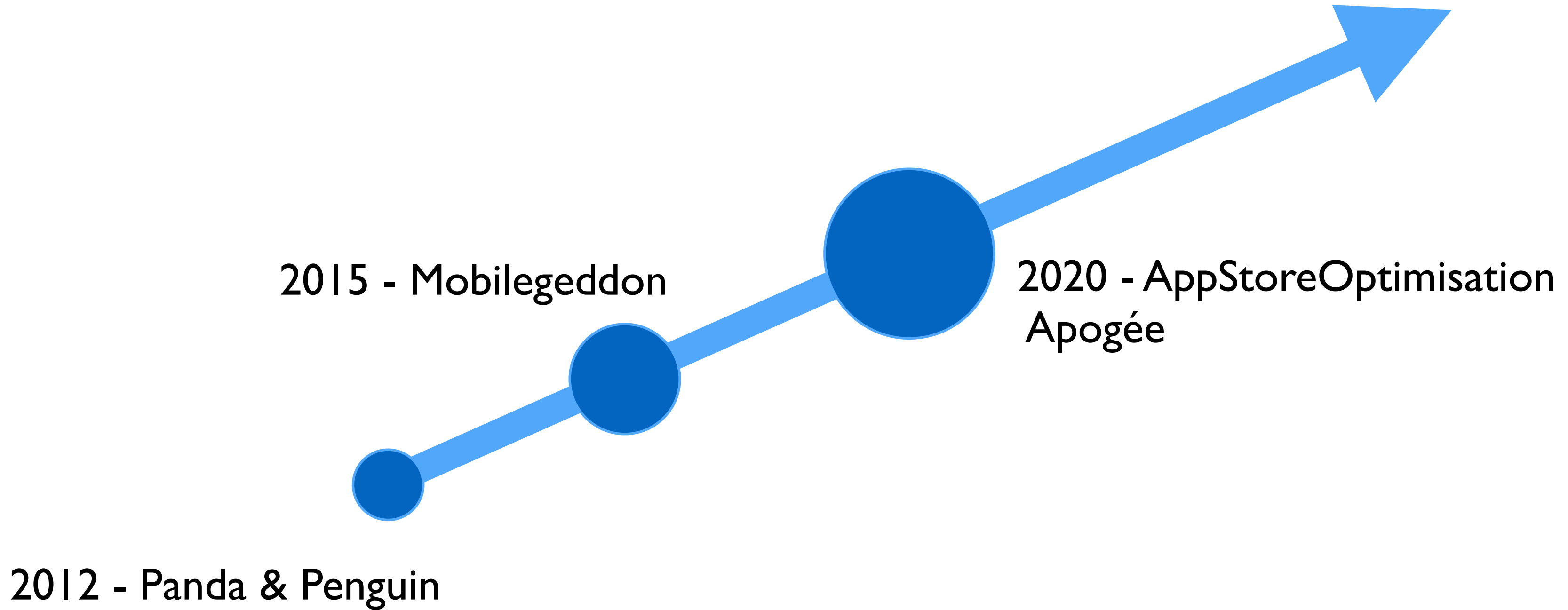
Le Contenu au centre de toutes stratégies

Navigation interne d'un site

Mise en place du SEO Mobile

Démocratisation des CMS (#WordpressInvasion)

Chronologie





POURQUOI FAIRE DE L'ASO?

Nombres d'Applis

- 90 Milliards de téléchargements en 2016 (android et iOs)
- 13 Milliards de plus qu'en 2015 (+15%)
- +40% de revenus

En 2015

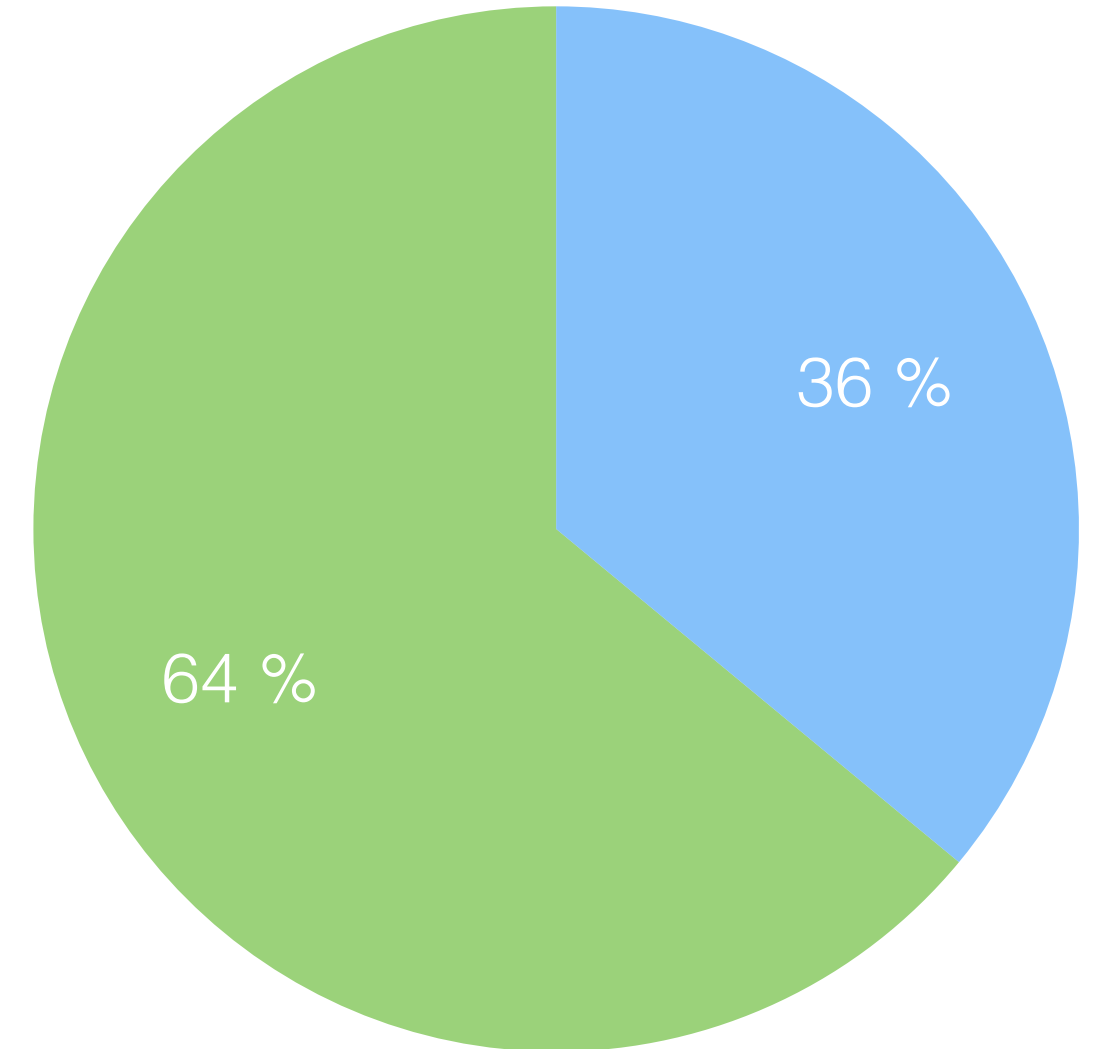
- 1 700 000 Apps iOs
- 1 650 000 Apps Google Play

Plus d'appli jetable

64% d'applications rentables
34% d'applications jetables

Pour le contrer :

- Approche éditoriale
- Approche interactive
- Approche multi-canal





ASO ?

ASO ?

Action de **référencer** de manière optimale son **application** dans les stores, au moyen de techniques de **création de contenu**, de **sémiologie** et via l'apport **d'avis** et de **commentaires positifs**.

On verra demain... NON

- L'ASO permet de devancer les concurrents dans les Stores
- Plus on est visible, plus on est téléchargé / Cercle Vertueux
- L'ASO est au début de son existence, profitez-en !

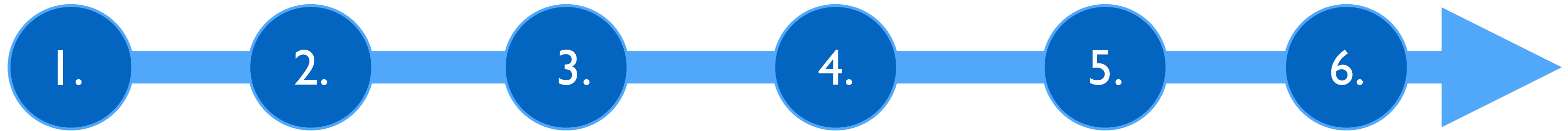


FICHE DESCRIPTIVE ?



**T'AS LA BONNE FICHE ... ET PIS T'AS LA
MAUVAISE...**

Les étapes clés



1. Titre de l'appli
2. Icône
3. Screenshot

4. Description
5. Notes / Avis
6. Mots-clés

Comment trouver un bon titre?

1. Soyez Unique

Pas de duplication de titre ou de copie !

2. Simple is Beautiful

Le plus court et sobre possible. Plus c'est facile à prononcer, mieux c'est !

3. Descriptif

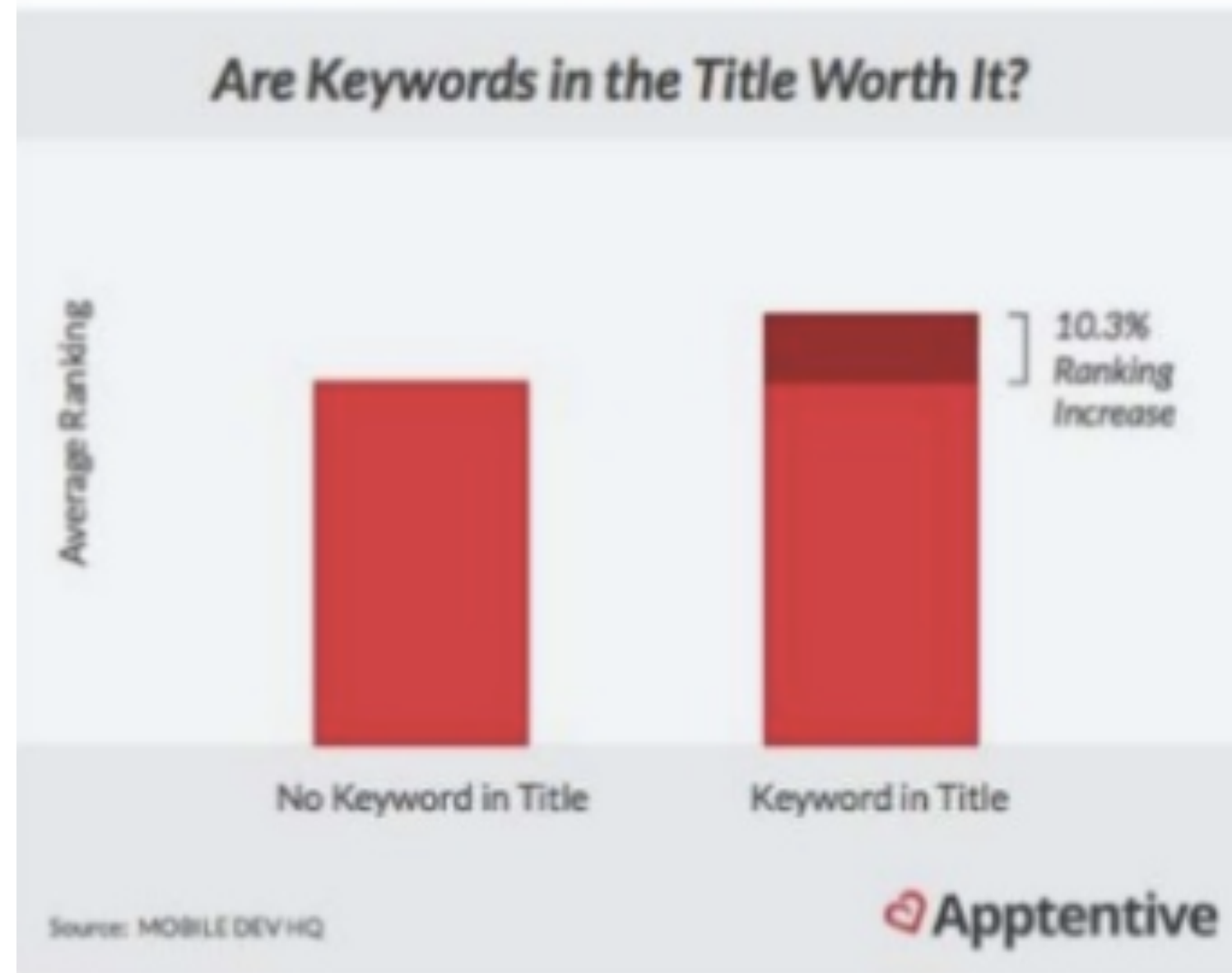
Ajouter une partie description en quelques mots

4. Jeux de mots et rimes

Plus c'est mémorable, mieux c'est !

5. Vérifier sa disponibilité

Intéressant non?



Écrire une bonne description

1. Soyez rapide

Les deux premières lignes doivent être les plus claires et concises possibles.

2. Boutons Sociaux

Il est important que vos utilisateurs recommandent votre appli

3. Valeur ajoutée

Listez les fonctionnalités principales de votre appli

4. Simple, Again !

Pas de faute d'orthographe ! donc soyez simple et clair.

5. Encouragez les téléchargements avec un « Call to Action »

Icône Simple et Accrocheur



Icône Simple et Accrocheur





CRITÈRES DE POSITIONNEMENT

Critères de positionnement - Sur votre fiche

Titre de l'application

Description

Mots-clés

Catégorie

Icone de l'application

Captures d'écrans

Critères de positionnement



		
APPLE STORE	GOOGLE PLAY	WINDOWS MPLACE
TITRE DE L'APP	TITRE DE L'APPLICATION	TITRE DE L'APPLICATION
MOTS CLES	DESCRIPTION DE L'APPLICATION	DESCRIPTION 1
CATEGORIE	CATEGORIE	DESCRIPTION 2
ICONE DE L'APP	ICONE DE L'APP	MOTS CLES
CAPTURE D'ECRAN	CAPTURE D'ECRAN	CATEGORIE
AVIS/COMMENTAIRES	AVIS / COMMENTAIRES	CAPTURE D'ECRAN
VOLUME D'INSTALL.	GOOGLE « +1 »	AVIS/COMMENTAIRES
CROISSANCE DU VOLUME D'INSTALL.	NOMBRE D'INSTALLATIONS	VOLUME D'INSTALL.
UTILISATEURS ACTIFS	TAUX DE DESINSTALLATION	CROISSANCE DU VOLUME D'INSTALL.
	CROISSANCE DU VOLUME D'INSTALL.	UTILISATEURS ACTIFS
	UTILISATEURS ACTIFS	



AVIS ET COMMENTAIRES

Avis et Commentaires

- **Les bonnes notes et bons commentaires sont essentiels pour bien figurer sur les stores**
- **Prise de recul sur l'application : est-ce qu'elle plait? Est-elle sans bug?**
- **40% du calcul de positionnement est représenté par les avis et commentaires**

Avis et Commentaires

- **Activez le Push**

Cela permet de demander des feedbacks à vos utilisateurs

- **SAV**

En cas de problème, il faut que vous soyez en mesure de trouver une solution et d'être contacté

- **Sollicitez les avis et notes**

Pop-up de notation ou autre, poussez les utilisateurs à vous noter

- **Multicanal**

Email, RS, Site etc... soyez partout !



ASO, UN BUSINESS ?

ASO, un réel marché?

OUI ...

- Augmentation du marché des Apps
- Plus il y a de la concurrence, plus les sociétés ont besoin de visibilité
- Rapide et Simple

MAIS ...

- Prix d'une App élevée
- Pas assez d'expert en ASO
- Très peu connu en France

A close-up, low-angle shot of a laptop keyboard, likely a MacBook Pro, with the text "POUR CONCLURE" overlaid in the center. The keyboard is dark-colored with light-colored lettering on the keys. The perspective is from a low angle, looking down at the keyboard, creating a sense of depth. The text is in a bold, blue, sans-serif font. The background is slightly blurred, showing the edges of the laptop and the keys in the foreground.

POUR CONCLURE

ASO

ASO : Application Search Optimisation
Optimisation des pages d'application afin
d'améliorer leur visibilité

ASO

ASO : Application Search Optimisation

Tout se joue lors de la soumission :

- Icône
- Catégorie de soumission
- Localisation
- Nom de l'entreprise/**personne** qui publie
- Screenshots
- Nom d'appli
- Description
- Keywords
- Adresse de contact
- La date de publication souhaitée

LE RENDU



Rendu

Fiche Produit Complète d'application iOs et Android

Site de présentation

Réseaux sociaux d'application

@ julien.muller@devinci.fr

Obj : IIM-A4-Nom-Prénom

Deadline - 30 Nov 13h00

Merci pour votre écoute



<http://www.julien-muller.fr>

<https://www.eos-agency.fr>

@Jmuller92