

# Modèle de rapport d'activité pour le concours de création d'applications à destination des étudiants

## Nom de l'équipe : Kraków All Stars

### 1. Présentation (200 mots maximum)

*[Présentez brièvement votre projet. Donnez des informations sur votre équipe, sur la manière dont vous avez choisi l'application que vous alliez développer, sur vos objectifs et sur les résultats que vous avez obtenus.]*

Notre idée était de créer une application qui réponde à une question que les lecteurs se posent souvent : « Quel livre vais-je lire ensuite ? ». L'application « Pick THE Book » compte 1001 livres, pour toutes les envies. C'est une application facile à utiliser qui permet aux utilisateurs de sélectionner une ou plusieurs catégories comme le genre, la langue, l'époque et même l'humeur, et qui fournit des suggestions de lecture en fonction de ces préférences. Les utilisateurs peuvent suivre l'historique de leurs lectures, laisser des commentaires et des impressions sur les livres qu'ils ont lus ou les partager avec leurs amis.

Notre équipe se composait de quatre membres : un chef de produit, un développeur et 2 spécialistes marketing. Nous avons tous travaillé sur différents aspects de l'application, en fonction de nos compétences et de notre expérience. Nous sommes tous passionnés de littérature et nous sommes de grands lecteurs, aussi cette idée nous est-elle venue facilement.

Nos objectifs consistaient à entrer dans le top 200 d'un app store et à atteindre 2 \$ CPM (coût par mille impressions) avec les annonces. Afin d'améliorer notre classement, nous nous sommes principalement focalisés sur les téléchargements.

### 2. Organisation et gestion (200 mots maximum)

*[Expliquez comment vous avez mis en place votre équipe. Présentez les rôles des différents membres (qui a fait quoi) et le fonctionnement de l'équipe. Comment avez-vous pris les décisions ? À quel genre de défis votre équipe a-t-elle été confrontée et comment les avez-vous traités ? Si vous ne faisiez pas partie d'une équipe, expliquez comment vous avez géré votre temps et quelles ont été les plus grandes difficultés auxquelles vous avez été confronté.]*

L'équipe se composait de quatre personnes. Nous avons décidé de monter cette équipe en fonction de nos compétences et de nos atouts. Notre chef d'équipe s'occupait de la partie organisationnelle et de la gestion de l'application elle-même (le chef de produit). En plus de notre chef de produit, notre développeur principal est celui qui a eu l'idée de cette application. Ils possèdent tous deux des compétences en matière de développement. Les deux autres membres étaient chargés du marketing et de la stratégie de monétisation.

Le chef de projet était chargé d'organiser des réunions hebdomadaires et de coordonner l'ensemble du processus de développement de l'application. Il devait contrôler les calendriers et donner un feedback toutes les semaines. Dans le cadre de la gestion de produit, il travaillait avec le développeur et avec les membres de l'équipe responsables du marketing sur le développement et le marketing de l'application, et ce à tous les niveaux du cycle de vie de l'application.

Notre développeur a principalement travaillé sur l'aspect développement du projet et, une fois l'application mise au point, il devait en assurer la maintenance pour résoudre toute panne technique ou développer de nouvelles fonctionnalités, selon les besoins.

Les membres de l'équipe marketing ont travaillé en étroite collaboration avec le chef de projet sur notre stratégie de monétisation et marketing et étaient également chargés du développement de la campagne AdMob ainsi que de l'étude et de l'analyse de marché.

L'équipe était dirigée selon une gestion démocratique. Notre chef d'équipe assurait l'organisation de l'équipe, mais nous prenions les décisions lors de notre réunion hebdomadaire en discutant et en votant des sujets d'actualité. Lors de notre première réunion, nous avons discuté de nos objectifs et buts généraux, avons décidé de la structure de l'équipe et des responsabilités de chacun. Lors de chaque réunion, chaque membre de l'équipe se voyait attribuer des tâches et des échéances, dont l'état d'avancement et la réalisation étaient passés en revue lors de la séance suivante.

Au cours de notre travail d'équipe, nous nous sommes heurtés à quelques difficultés qui nous ont beaucoup appris. Tout d'abord, nous avons réalisé qu'il était important d'être flexibles et de s'adapter à un environnement en constante évolution. Ensuite, nous avons compris que pour être proactif, il valait mieux contrôler en permanence les campagnes, l'application et le marché, et s'adapter si nécessaire.

### **3. Votre application (300 mots maximum)**

*[Présentez brièvement votre application et expliquez le choix du nom que vous lui avez donné. Expliquez en détail comment l'idée vous est venue et pourquoi. Comment avez-vous développé votre application et quelles décisions importantes avez-vous prises ? En quoi votre application est-elle différente des autres applications disponibles sur le marché ? Quelle audience aviez-vous décidé de cibler ? En quoi cela a-t-il influencé le type d'application que vous avez choisi de développer ?]*

L'idée de développer cette application nous est venue assez rapidement, car tous les membres de notre équipe aiment lire. Nous avons tous déjà connu ce sentiment d'avoir fini un bon livre et de vouloir en savoir plus. Mais on se heurte à l'embarras du choix. Nous en avons conclu qu'il serait pratique d'avoir une application qui nous aiderait à choisir un livre en quelques secondes. Vous n'avez qu'à définir certains paramètres, comme classique ou nouveauté, humour ou dramatique, aventure ou romance, ou votre humeur.

Notre ciblons un public large, car cette application s'adresse à tout le monde, qu'il s'agisse de spécialistes, d'étudiants ou de lecteurs occasionnels. Tous ces gens aiment la lecture, surtout sur des périphériques numériques, comme les tablettes et les livres numériques.

Nous voulions que le nom de l'application soit parlant. Malheureusement, la plupart des noms que nous avons proposés étaient déjà utilisés comme marques déposées par des sites similaires ! Nous avons enfin choisi de l'intituler « Pick THE Book » avec le slogan : « 1001 books for every mood » (« 1001 livres pour toutes les envies »).

La principale difficulté consistait à déterminer la richesse de notre sélection de livres, car nous voulions fournir un vaste répertoire. Nous avons donc décidé d'enrichir progressivement notre base de données, mais en commençant petit, avec les ouvrages les plus connus pour chaque catégorie.

La deuxième étape du développement de l'application consistait à choisir des catégories, des intérêts et des envies de base et comment celles-ci devaient se recouper. Ces paramètres ont ensuite été appliqués à tous les livres dans notre base de données. Une fois la logique de l'application créée, nous avons entrepris de l'étoffer pour en faire une application opérationnelle.

Dans le cadre de notre analyse des concurrents potentiels, nous avons découvert qu'il existait deux types d'applications :

1) Les applications qui vous aident à trouver un livre en fonction de vos lectures précédentes et des livres que vous aimez. Notre application se distingue par le nombre de paramètres qu'il est possible de sélectionner.

2) Les applications qui proposent des livres uniquement selon les différentes catégories.

#### **4. Stratégie de monétisation (250 mots maximum)**

*[Comment avez-vous sélectionné les emplacements de diffusion des annonces AdMob dans votre application ? Comment avez-vous optimisé votre application pour accroître le chiffre d'affaires ?]*

Le business model que nous avons retenu prévoyait deux sources de revenus. Tout d'abord, nous voulions commencer par afficher des annonces dans notre application et que celle-ci reste gratuite pour tous les utilisateurs. Ensuite, lorsque l'application sera plus connue, nous avons l'intention de créer une version « premium » avec des fonctionnalités spéciales, par exemple la possibilité de télécharger un livre directement depuis l'application, ou aucune limite sur les recherches pouvant être effectuées par un utilisateur.

La stratégie de monétisation principale consistait à diffuser des annonces sur notre application avec AdMob. Au début, le plus important était de choisir l'emplacement des annonces. AdMob permet un contrôle total de l'emplacement des annonces, aussi nous voulions les placer de manière à les intégrer naturellement dans l'application sans que cela ne gêne l'interaction normale de l'utilisateur. En fin de compte, nous avons conclu que la meilleure solution était de placer des annonces au bas de l'application. Nous avons pris cette décision en tenant compte de la structure de l'interface de notre application. Notre logo se situe en haut de la page et le champ d'interaction avec les paramètres à sélectionner est au milieu, il y avait donc un espace vide au bas de l'application.

Afin d'obtenir de meilleurs résultats, nous avons établi un suivi régulier de la performance de l'application et avons analysé les chiffres des rapports. La valeur que nous cherchions à accroître avant tout était le CPM (notre objectif étant d'atteindre un CPM de 2 \$). Pour ce faire, nous nous sommes focalisés sur les taux de remplissage et le CTR (Taux de clics). Notre but était de maintenir un taux de remplissage proche de 100 %. Pour atteindre notre CTR cible de 2 % et le maintenir, nous avons décidé d'optimiser en permanence la mise en place des annonces dans notre application. Par exemple, nous avons testé différents positionnements sur les pages de notre application afin de déterminer celles qui conviennent le mieux et donnent un meilleur rendu.

## **5. Stratégie marketing (300 mots maximum)**

*[Décrivez votre plan marketing : qu'avez-vous fait pour promouvoir votre application ? Certaines stratégies ont-elles mieux fonctionné que d'autres ? Qu'avez-vous appris ?]*

Notre stratégie marketing comprenait deux volets, le principal objectif étant à chaque fois d'entrer dans le top 200 d'un app store. Nous avons compris que, pour y parvenir, nous devions axer nos efforts sur les téléchargements.

Tout d'abord, nous avons commencé par promouvoir notre application à l'aide d'annonces en utilisant AdMob. Nous avons mesuré l'impact direct des campagnes publicitaires mobiles sur les téléchargements en utilisant l'outil de suivi de conversion d'AdMob (téléchargement et installation). Nous avons décidé de cibler tous les périphériques, plates-formes et pays. Seule restriction, les annonces devaient être rédigées en anglais. Mais, grâce à la localisation, cela ne nous a pas posé de problème.

Le second volet de notre stratégie consistait à générer du trafic, au-delà des appareils mobiles : nous avons créé un site promotionnel pour fournir plus d'informations sur notre application et avons invité les utilisateurs ayant visité notre site Web sur un appareil mobile à télécharger l'application.

## **6. Résultats (250 mots maximum)**

*[Avez-vous atteint vos objectifs ? Quelles ont été les performances de votre application en termes de nombre de téléchargements, de revenus et de classement ? Quelles autres statistiques vous ont semblé importantes ?]*

Notre principal objectif était d'entrer dans le top 200 d'un app store et notre eCPM cible était de 2 \$. Afin d'améliorer notre classement, nous nous sommes essentiellement focalisés sur les téléchargements. Nos résultats ont indiqué que nous avons atteint 700 téléchargements par jour (téléchargements gratuits) et que nous étions en moyenne à la 186<sup>ème</sup> position dans un app store dans divers pays. Nos revenus publicitaires journaliers s'élevaient à 10 \$, pour une version gratuite de l'application. En ce qui concerne notre version payante, notre prix était fixé à 0,70 \$ et nous avons enregistré en moyenne 10 téléchargements par jour, soit un chiffre d'affaires de 7 \$ par jour.