

#ADDICT
MOBILE

Les secrets de l'ASO

5 LEÇONS
POUR OPTIMISER VOS
CONVERSIONS



E-BOOK AVEC LA PARTICIPATION DE  **apptweak**

INTRODUCTION

Pourquoi l'ASO est si stratégique pour votre application

Dans un environnement hautement concurrentiel, l'App Store Optimization (ASO) est une stratégie essentielle pour augmenter la visibilité et les conversions d'une application. En effet, **65 %** des téléchargements d'applications proviennent de recherches sur les App Stores (source: Apple). Une stratégie ASO efficace combine l'analyse des données, la création de contenus optimisés et des tests rigoureux.

Par exemple, une refonte stratégique sur Android a permis à une application de jeu mobile d'augmenter son taux de conversion à l'installation de **+3,25 points** (Addict Mobile). Ce guide vous fournira les clés pour développer une stratégie ASO performante et transformer votre présence sur les App Stores.

LEÇON N°1

DÉFINIR DES OBJECTIFS PRÉCIS



LEÇON N°1

DÉFINIR DES OBJECTIFS PRÉCIS

Avant de commencer, il est essentiel de savoir ce que vous voulez atteindre :

- Visibilité accrue
- Augmentation des conversions
- Optimisation du Coût par Acquisition (CPA).

Fixer des KPIs clairs, comme par exemple, le **taux de conversion à l'installation (CVR)**, permet de structurer votre stratégie et de prioriser vos actions.

Un objectif clair vous aide à garder le cap dans un environnement concurrentiel. Par exemple, une application de jeu mobile visait **+3,25 points de son CVR** sur Android.



Ce KPI a donc pu guider la refonte stratégique des visuels et textes pour **maximiser l'attractivité et l'engagement utilisateur** de cette application.

Astuce pratique : Assurez-vous que vos objectifs soient SMART (Spécifiques, Mesurables, Atteignables, Réalistes et Temporels) pour évaluer précisément vos résultats.



LEÇON N°2

ANALYSER LA CONCURRENCE
ET LES MOTS CLÉS



LEÇON N°2

ANALYSER LA CONCURRENCE ET LES MOTS CLÉS

L'analyse concurrentielle est une étape incontournable pour identifier ce qui fonctionne sur le marché. Commencez par observer les visuels et les textes de vos concurrents :

- Quels éléments se répètent ?
- Quels aspects semblent attirer l'attention ?

Identifiez les points communs, mais cherchez également à vous distinguer par des approches originales.

En parallèle, menez une recherche approfondie de mots-clés. Classez-les par pertinence, volume de recherche et niveau de concurrence. Une **étude d'au moins 200 mots-clés** menée pour cette même application a permis d'optimiser ses titres et descriptions. Des tests effectués avec une nouvelle description a sous-performé. Il a donc fallu **rééquilibrer aspect et mots-clés** pour une meilleure performance. Cette approche a **renforcé la visibilité et la pertinence** pour les algorithmes des stores.

ADDICTMOBILE_SHORT-DESCRIPTION

🕒 Previous · Not applied · Custom store listing · US + KO

Variant	Audience	Retained installers (current)	Retained installers (scaled)	Performance (90% confidence interval)
• Current listing	50%	7,908	15,816	
Short description		Become a champs trainer. Win in this fun idle running & racing game.		
AM_JAN24	50%	7,646	15,292	-6.7% ■ +0.3%
Short description		Epic 3d idle game : build a champ to bike race, fun run, strategy & adventure		

Astuce pratique : Utilisez des outils comme AppTweak, ou Sensor Tower pour trouver des mots-clés pertinents et suivre leurs performances.

+20-30%

D'augmentation de visibilité avec des mots-clés optimisés

Source: AppTweak

RECHERCHER LES MOTS CLÉS PERTINENTS

Peu importe la taille ou la renommée de votre application, la **recherche de mots-clés est essentielle** pour une stratégie ASO réussie. Elle vous aide à comprendre ce que votre audience recherche, à découvrir de nouvelles opportunités de croissance et à rester concurrentiel. La recherche de mots-clés est bien plus qu'une étape technique : c'est **un outil stratégique** qui permet à votre application de se démarquer dans les app stores saturés.

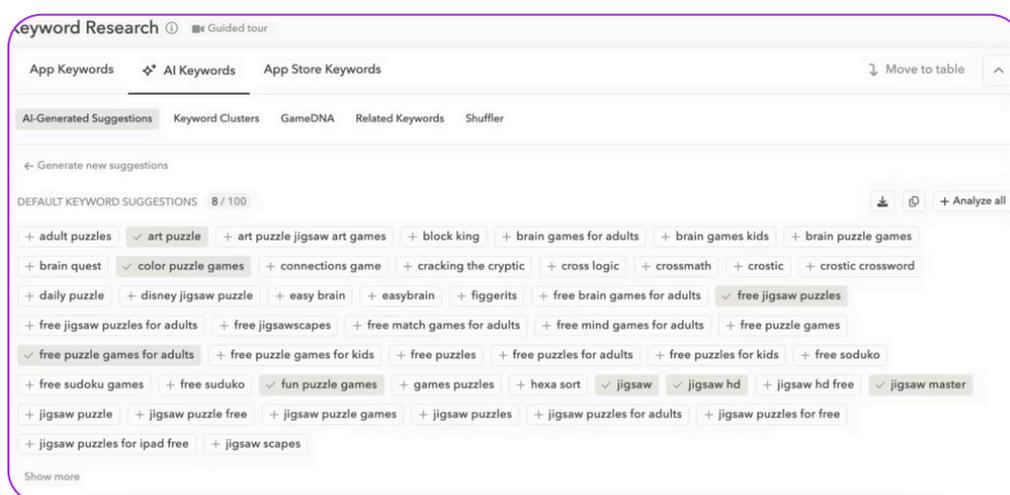


Simon Thillay

Head of ASO & Market Insights
AppTweak

Il existe des outils qui permettent de trouver les mots-clés efficaces. Une liste de mots clés riche contiendrait les mots relatifs aux fonctionnalités et bénéfices de l'application, ainsi que le problème qu'elle résout.

Ainsi l'outil *Keyword Pickers* d'[AppTweak](#) permet d'explorer les mots-clés pertinents sur votre marché, ceux qui sont connectés sémantiquement aux mots clés principaux de l'application et même d'approfondir la recherche avec des suggestions générées par l'IA.



Former une liste de mots-clés n'est que la première étape de votre recherche. Il faut ensuite **évaluer la pertinence de ces derniers et identifier ceux susceptibles de maximiser la visibilité** de votre application. Etablir une priorité parmi vos mots-clés est essentiel étant donné l'espace limité des métadonnées.

Un premier endroit pour évaluer la pertinence d'un mot-clé est la **liste des résultats de recherche**. Si les applications listées partagent un objectif similaire au vôtre, le mot-clé est probablement pertinent.

Le *Relevancy Score* d'AppTweak vous aide à **identifier les mots-clés qui correspondent le mieux aux fonctionnalités de votre application**. Ici, le Relevancy Score indique que les mots-clés "indoor cycling" et "fitness buddy" sont plus pertinents que "yoga" ou "cardio" pour l'appli *Peloton*.

Keywords	Vol.	Max. Reach	Diff.	Chance	Relevancy	Rank	Installs	
indoor cycling	24	785	3	91	96	3	17	Live Search
indoor walking app free	22	590	3	75	91	9	4	Live Search
fitness buddy	20	441	20	73	82	9	1	Live Search
cardio	33	2,517	2	73	72	28	0	Live Search
gym	49	23,080	19	61	67	92	0	Live Search
workouts	34	3,129	16	64	64	23	3	Live Search
fitness	60	104,297	30	50	55	22	57	Live Search
training	35	3,582	13	67	55	117	0	Live Search
yoga	49	23,061	0	73	42	73	0	Live Search



LEÇON N°3

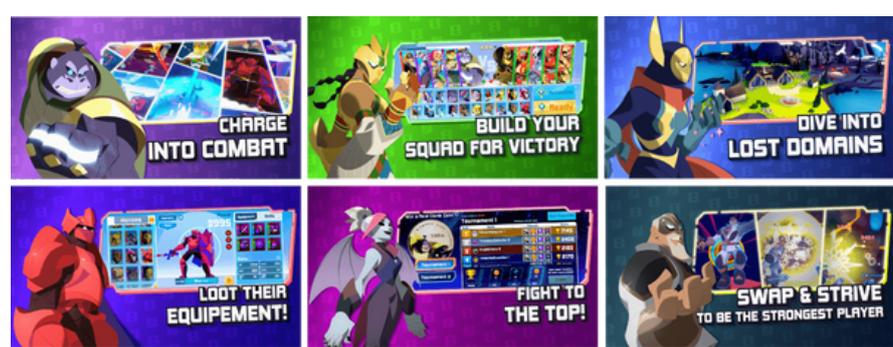
CRÉER DES CONTENUS ET
VISUELS ATTRACTIFS



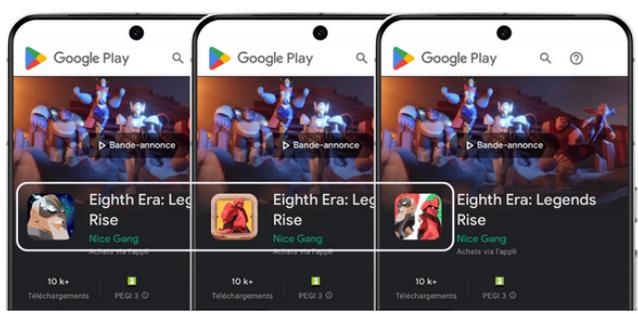
LEÇON N°3

CRÉER DES CONTENUS & VISUELS ATTRACTIFS

Les visuels sont souvent le premier point de contact entre l'utilisateur et votre application. **Créez des screenshots et des vidéos de présentation** qui mettent en avant vos atouts. Respectez les différences entre plateformes : par exemple, les utilisateurs Android et iOS ont des attentes variées en matière de design.



Côté contenu, **intégrez stratégiquement les mots-clés** dans vos titres, descriptions courtes et longues. Cependant, **évitez de sacrifier l'engagement pour l'optimisation** : un texte captivant est essentiel pour convertir les visiteurs en utilisateurs.



Grâce à cette nouvelle ASO, les conversions du store ont été multipliées par **x2**

Astuces pratiques : Testez plusieurs versions pour vos visuels et textes. Les préférences des utilisateurs peuvent varier selon les marchés et les stores. Les custom product pages d'Apple et les custom store listings de Google Play sont des excellentes opportunités pour personnaliser les visuels pour certains mots-clés et segments d'audience.

LEÇON N°4

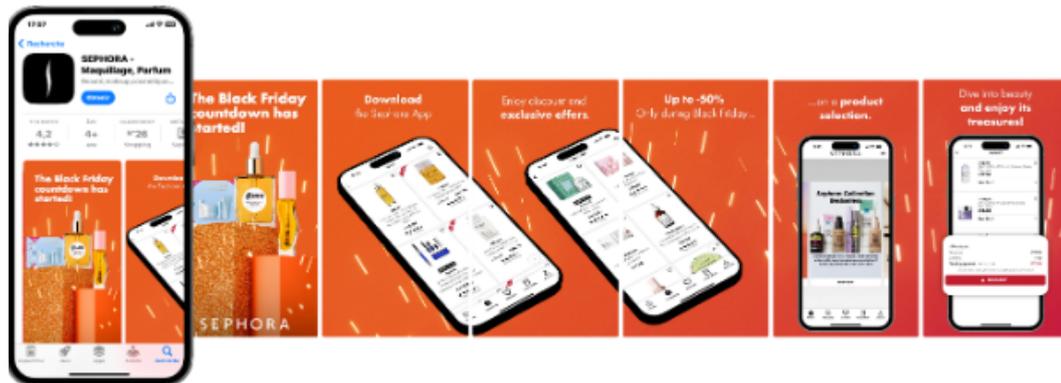
FAIRE SYSTÉMATIQUEMENT
DES A/B TESTS



LEÇON N°4

FAIRE SYSTÉMATIQUEMENT DES A/B TESTS

Les A/B tests sont indispensables pour valider vos choix stratégiques. **Testez les visuels, titres, descriptions et même l'ordre des screenshots** pour déterminer ce qui résonne le mieux avec votre public cible.



Cas Pratique

Deux séries de visuels (Série 1 et Série 2) ont été testées sur Android et iOS. Les résultats ont révélé une préférence pour la Série 1 sur Android (+3,25 % de CVR) mais une contre-performance sur iOS (-1,12 %), montrant l'importance d'adapter chaque élément à la plateforme.



Astuce pratique : Utilisez des outils comme Google Play Console ou App Store Connect pour réaliser vos A/B tests et suivez leurs performances en temps réel.

LEÇON N°5

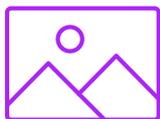
ITÉRER ET S'ADAPTER
EN PERMANENCE



LEÇON N°5

ITÉRER ET S'ADAPTER EN PERMANENCE

L'ASO n'est pas une tâche unique, mais un **processus continu**. Chaque test fournit des enseignements pour ajuster vos visuels, contenus ou stratégies.



Traduisez vos descriptions pour cibler différents marchés et adaptez vos approches aux nouvelles tendances ou comportements des utilisateurs.

Astuce pratique : Planifiez des révisions régulières de votre page produit et restez attentif aux retours utilisateurs pour ajuster rapidement.

Nos équipes vous accompagnent dans votre ASO !

Contactez-nous ! 

