

Expérience client : Les Français de plus en plus adeptes des applications

Le dernier rapport d'Amplitude révèle des écarts significatifs en matière d'usage de produits numériques selon les régions et les secteurs.

Paris, le 29 avril 2022 – [Amplitude](#), pionnier de l'optimisation digitale, publie aujourd'hui son tout dernier rapport [The 2022 App vs. Website trend report](#), basé sur les données comportementales des produits numériques de près de 1600 entreprises basées en France, au Royaume-Uni, aux États-Unis, à Singapour et au Japon. Ainsi, si l'étude démontre que **les utilisateurs sont plus présents sur les applications que sur les sites web**, notamment en France, **l'activité de ces derniers s'est fortement accrue avec 57 % de croissance en deux ans, contre 36 % pour les applications**. C'est pourquoi ce rapport invite les entreprises à ne pas miser exclusivement sur les applications en matière d'optimisation digitale, mais plutôt à adapter leur stratégie en fonction des comportements connus des utilisateurs selon la région, la saisonnalité et le secteur d'activité.

Le rapport met en avant d'autres enseignements clés :

- Bien que les utilisateurs recourent davantage aux applications qu'aux sites web, l'écart entre les deux canaux se resserre : fin 2021, **54 % utilisaient des applications et 46 % des sites web**.
- L'usage des applications a connu une **croissance soutenue à partir du printemps 2020**, particulièrement en **France** (+19 % entre janvier et mars) et au **Royaume-Uni** (+36 %), avant un nouveau pic en janvier 2022, avec respectivement 57 % et 52 % de croissance en un an.
- C'est aux **États-Unis** et au **Japon** que l'activité sur les sites web a le plus progressé avec **73 % et 64 % de croissance** entre début 2020 et fin 2021. Une progression plus mesurée en Europe, avec **41 % au Royaume-Uni et 26 % en France**.
- Les **applications de commande de nourriture** sont celles dont l'usage a le plus progressé, avec **164 % de croissance en deux ans**.
- **77 % des utilisateurs de produits bancaires recourent à des applications** pour accéder à leurs services.
- **88 % des utilisateurs de SaaS B2B** (software as a service) privilégient quant à eux les **sites web** pour accéder aux logiciels.

« Aujourd'hui, le parcours utilisateur doit être envisagé de manière holistique afin de tirer parti de l'ensemble des points de contact clients et maximiser l'engagement. Ainsi, le produit numérique d'une entreprise s'étend désormais bien au-delà de l'application », déclare Alexis Hartmann Country manager France chez Amplitude. « Notre rapport démontre qu'il est essentiel de donner la priorité aussi bien aux sites web qu'aux applications. Grâce à une compréhension fine des comportements et des actions des utilisateurs, les entreprises seront en mesure de fléchir efficacement leurs investissements, afin de faire de ce canal un levier de croissance, d'engagement et de revenu, au même titre que leurs applications. », ajoute-t-il.

Pour télécharger le rapport complet, veuillez cliquer [ici](#).

Méthodologie : Ce rapport est basé sur le [Behavioural Graph](#) d'Amplitude, la base de données de comportements numériques la plus puissante et performante au monde, permettant de mettre en relation les données utilisateurs et produits complexes pour comprendre l'impact des actions clients et optimiser les prises de décisions. Cet outil s'appuie sur plus de 900 milliards de points de données suivis chaque mois, afin d'offrir une vision étendue de l'analyse comportementale des produits numériques. Les données anonymes et agrégées du rapport, portent sur l'activité des utilisateurs d'applications et de sites web analysés par les solutions Amplitude, durant la période du 1^{er} janvier 2020 au 31 décembre 2021.

À **propos d'Amplitude** : Amplitude est le pionnier des logiciels d'optimisation digitale. L'entreprise compte à ce jour près de 1600 clients dans le monde, dont Decathlon, Klaxit et Le Monde, qui lui font confiance pour innover plus rapidement et de manière plus efficace en cherchant à comprendre l'impact des produits digitaux sur leurs performances et leurs résultats. Le système d'optimisation digitale d'Amplitude rend les données critiques accessibles et exploitables par l'ensemble des équipes - produits, marketing, développement, direction, et permet d'unifier les collaborateurs à travers une compréhension approfondie du client, ainsi qu'une vision commune des leviers de croissance de l'entreprise. Amplitude constitue à ce jour la meilleure solution d'analyse de produits de sa catégorie, classée n°1 dans le Spring Report 2022 de G2.

Découvrez comment optimiser la valeur ajoutée de vos produits digitaux et de votre activité sur amplitude.com.