

## MOBILE FACTORY : UNE NOUVELLE APPROCHE DE LA TRANSFORMATION NUMÉRIQUE

### AVIS D'EXPERT



**Gabriel BREMOND**, Mobile Expert | Keyrus Delivery Center



**Thomas INCORVAIA**, Digital Delivery Manager | Keyrus Delivery Center

*Pour la première fois en 2017, le smartphone est devenu le moyen le plus utilisé en France pour se connecter à Internet. Ce basculement vient rappeler aux entreprises un impératif : la transformation numérique sera mobile ou ne sera pas. Reste à adopter la bonne stratégie.*

À la sortie du premier iPhone, en 2007, certains ont parlé d'effet de mode. Dix ans plus tard, plus de 30 millions<sup>1</sup> de Français se connectent chaque jour à leur smartphone. Et chacun de ces « mobinautes » adopte un parcours unique. Par exemple : il se renseigne sur un produit grâce à une tablette avant de l'essayer en magasin pour enfin l'acheter avec son smartphone. Plus de doute : les usages des consommateurs sont désormais multicanaux.

### L'INDISPENSABLE (RÉ)ORIENTATION VERS LA MOBILITÉ

Pour les entreprises, il est temps de prendre la mesure de ce changement majeur. Impossible de se contenter d'être seulement « présentes » sur smartphone grâce à une application ou un site Internet responsive. La mobilité doit se placer au cœur de la transformation numérique de toute organisation. Ce renversement des priorités se retrouve dans un concept apparu dès 2009 : le *Mobile First*. Cette approche implique d'accorder la priorité à la mobilité pour être capable de répondre à n'importe quelle problématique impliquant les clients de l'entreprise ou ses processus internes. À chaque étape, les décisions sont évaluées à l'aune de leur usage mobile.

Rappelons-le : la mobilité ne se limite pas à la création d'applications. Le *Responsive Web Design* (RWD) en est une autre dimension importante, tout comme pourraient le devenir les *Progressive Web Apps* (PWA) – des applications d'un nouveau genre, à mi-chemin entre les technologies du web et les fonctionnalités des applications que nous utilisons au quotidien.

### LA SOLUTION MOBILE FACTORY

Une fois que la prise de conscience a eu lieu, que faire ? Une approche se distingue pour mettre en place une stratégie mobile performante et capable d'appréhender le sujet de manière globale. Son nom : la Mobile Factory.

Concrètement, la Mobile Factory est formée par une équipe d'experts pluridisciplinaires, composée de tous les corps de métiers œuvrant autour du mobile : Directeurs Artistiques, UX Designers, Consultants Digitaux, spécialistes Marketing. Sa plus-value ? Une approche globale et transverse pour tous les projets liés à la mobilité. La Mobile Factory se charge d'auditer les usages mobiles existants, de déployer des applications, de mettre en place des services Cloud ou d'établir les couches de sécurité adéquates. Le tout au service de l'utilisateur final.

Le principal atout de cette approche ? S'appuyer sur l'automatisation de certaines tâches. Certaines briques fonctionnelles sont ainsi développées une seule fois pour être ensuite déclinées sur l'ensemble des projets mobiles. De quoi répondre à un autre enjeu majeur de l'approche mobile : la vitesse de déploiement des services. Assimiler des tendances technologiques qui évoluent à un rythme exponentiel n'est pas un exercice aisé !

Autre avantage d'une telle approche : disposer d'une équipe d'experts en veille sur les dernières tendances de la mobilité comme la réalité augmentée et son cortège de cas d'usage innombrables ou encore la gamification.

## L'USAGE &amp; LE PLAISIR AU CŒUR DE LA MOBILITÉ

Reste à savoir par où commencer. Dans les faits, les projets de transformation mobile partent tous d'un même point : l'usage. De là découle le choix de la technologie utilisée, et non l'inverse. La mobilité a pour spécificité de fournir un service « anywhere, anytime ». Les informations sont consultées à des micro-moments et à des endroits spécifiques. Le défi est de fournir à l'utilisateur (BtoB comme BtoC) exactement ce à quoi il s'attend au moment espéré – un exercice dans lequel LinkedIn, par exemple, excelle.

Pour satisfaire ce critère, les équipes Mobile Factory se chargent d'analyser en profondeur les points de douleur des parcours utilisateurs et ceux qui ont le plus de *business value*. Pour cerner les comportements et attentes de manière précise, les panels représentatifs d'utilisateurs sont particulièrement utiles. D'autres méthodologies innovantes peuvent être mises en

œuvre dans ce cadre comme l'Atomic Design qui consiste à penser l'ensemble d'une solution en « modules » déclinables sur tous les supports – mobile, tablette, desktop – à l'image de la bibliothèque Material Design de Google.

Toutefois, la notion d'usage reste indissociable de celle de plaisir. C'est le fait de penser l'usage de manière à ce qu'il soit le plus vivant, le plus fluide possible. Par exemple l'accès à un service lorsque l'utilisateur est déconnecté. Objectif : une prise en main intuitive et simple. C'est la raison pour laquelle, nous en sommes convaincus, la réalisation d'un guide d'utilisation d'une application devient parfaitement obsolète. Si un tel guide s'avère nécessaire à l'usage, c'est que l'application créée ne répond pas à l'objectif de fluidité et d'ergonomie intuitive désormais exigé par tous les clients dans tous les secteurs d'activité.

G.B.

T.I.

## À PROPOS DES AUTEURS

**Gabriel BREMOND**

Développeur depuis le début des années 2000, il se découvre une passion pour le mobile avec la sortie de l'iPhone en 2007. Depuis, ce touche-à-tout passionné étend ses compétences en mobilité au travers d'applications à très fort trafic, de kits de développement ou lors de la mise en place de solutions très variées pour de grandes entreprises. Depuis son arrivée début 2015 chez **Keyrus**, Gabriel a mis en place la Mobile Factory. Il est également le référent technologique sur les projets Mobile. Depuis, ses domaines technologiques vont de l'Objective-C au Dart et des Stores d'Apps aux MDM en passant par les problématiques Cloud, SaaS ainsi que la sécurité sur mobile.

**Thomas INCORVAIA**

Passionné par le digital et ses atouts depuis 2005, il a participé à la mise en œuvre de nombreuses initiatives web et mobile à forte visibilité. Technophile exigeant et autonome, il s'épanouit de l'idéation d'un sujet à sa réalisation. En société de service, il a pratiqué dans un premier temps des métiers d'expertise technique pour prendre rapidement des responsabilités de pilotage des projets et de management des équipes transverses et pluridisciplinaires. Il rejoint **Keyrus** en 2017 pour accélérer et professionnaliser le développement de l'offre digitale des équipes de Delivery.

## À PROPOS DE KEYRUS

**Keyrus, créateur de valeur à l'ère de la Data et du Digital**

Acteur international du conseil et des technologies, spécialiste de la Data et du Digital, **Keyrus** a pour mission d'aider les entreprises à tirer profit du paradigme de la Donnée et du Numérique pour accroître leur performance, faciliter et accélérer leur transformation et générer de nouveaux leviers de croissance, et de compétitivité.

Plaçant l'innovation au cœur de sa stratégie, **Keyrus** développe une proposition de valeur unique sur le marché autour d'une offre novatrice qui s'appuie sur la combinaison de trois expertises majeures et convergentes :

• **Data Intelligence**

Data Science – Big Data & Cloud Analytics – Business Intelligence – EIM – CPM/EPM

• **Digital Experience**

Innovation & Stratégie Digitale – Marketing Digital – DMP & CRM – Commerce Digital – Performance Digitale – User Experience

• **Conseil en Management & Transformation**

Stratégie & Innovation – Transformation Digitale – Pilotage de la Performance – Accompagnement des Projets

Présent dans une quinzaine de pays et sur 4 continents, le Groupe **Keyrus** emploie 3 000 collaborateurs.

Plus d'informations sur : [www.keyrus.fr](http://www.keyrus.fr)