

# Internet mobile arrive à toute vitesse, êtes-vous prêts ?

SURVOL DES FAÇONS DE S'Y PRENDRE ET DES PIÈGES À ÉVITER

■ Par Ronald White

**A**vec l'adoption massive de la téléphonie mobile, Internet mobile croît à une vitesse fulgurante. Par conséquent, de plus en plus d'entreprises envisagent d'offrir à leur clientèle des applications qui s'adressent aux internautes utilisant leur téléphone portable. Mais comment s'y prendre ?

Selon Alon Kronenberg, chef du groupe-conseil Applications mobiles des Services d'affaires mondiaux IBM, «il n'existe aucun secteur d'activité qui ne profitera pas des applications mobiles. En fait, les secteurs qui ne les adopteront pas se feront tout simplement dépasser».

M. Kronenberg est responsable d'une équipe qui travaille à améliorer les fonctions des applications servant aux interactions avec les clients par l'utilisation des technologies mobiles. À son avis, «outre sa croissance astronomique, Internet mobile doit être pris au sérieux, compte tenu de ses répercussions directes sur les affaires, surtout pour les détaillants».

Selon les données de Morgan Stanley, d'ici 2014, il y aura davantage de mobinautes que d'internautes utilisant leur ordinateur personnel, soit plus de 1,6 milliard.

«C'est simple, poursuit le spécialiste d'IBM, le Web mobile est en train de transformer en profondeur la façon dont les gens magasinent. Autrefois, vous rendez chez un détaillant afin d'obtenir toute l'information requise au sujet d'un produit. Aujourd'hui, l'internaute mobile se rend au magasin, il peut balayer le code-barres du produit et faire sa recherche sur Internet directement du commerce. Il obtient toute l'information dont il a besoin : il saura immédiatement si un concurrent vend le produit moins cher, auquel cas il pourra quitter le détaillant sans tarder si c'est uniquement le prix qui lui importe.»

## QUELLES APPLICATIONS MOBILES RETENIR ?

Ce serait une erreur de simplement transformer le contenu d'un site Web afin de le rendre disponible en vrac aux internautes mobiles. «Il faut analyser l'usage que font les internautes de

notre site Internet pour offrir les applications susceptibles d'intéresser les utilisateurs de téléphones portables, soit celles qui sont destinées à un usage immédiat», dit M. Kronenberg.

Le gestionnaire d'une agence immobilière aurait tort d'offrir une application mobile servant à soumettre une demande de prêt hypothécaire en ligne. «Ce n'est pas le genre de fonction que vous accomplissez à l'aide d'un téléphone portable, mais plutôt avec votre ordinateur personnel, explique-t-il. Par contre, si vous vous promenez en voiture et que vous apercevez une maison à vendre, l'agence immobilière aurait tout avantage à offrir aux internautes la possibilité de connaître le prix de cette maison à l'aide de leur portable. Voilà une application tout à fait pertinente.»

Selon l'expert, les applications mobiles permettent aux détaillants de mieux cibler leurs efforts de vente auprès des consommateurs. «Par exemple, un consommateur entre dans un magasin d'alimentation. Grâce à la géolocalisation et à son programme de fidélisation, le commerçant saura immédiatement que son client se trouve en magasin et qu'il achète habituellement des couches toutes les deux semaines. Il pourrait donc lui faire parvenir sur-le-champ un coupon de réduction électronique sur son téléphone portable, afin de lui offrir un rabais sur une marque de couches de qualité supérieure ou tout autre produit connexe.»

D'ici trois ans environ, la prochaine percée technologique permettra aux utilisateurs du Web mobile d'intégrer leurs cartes de débit, de crédit et de programmes de fidélisation sur leur portable, celui-ci devenant ainsi leur portefeuille électronique.

En ce qui a trait aux questions de sécurité, M. Kronenberg est d'avis qu'il s'agit d'un aspect très important. «Au-delà de la perte ou du vol du portable, il y a toute la question de la sécurité elle-même du portable, laquelle varie d'un appareil à l'autre. En fait, toute entreprise doit bien comprendre les tenants et aboutissants en matière de sécurité et mettre en place des mesures afin de réduire les risques.» D'où l'importance de savoir s'entourer de solides conseillers en technologie. ■



PHOTO : IBM

Alon Kronenberg, chef du groupe-conseil Applications mobiles des Services d'affaires mondiaux IBM.

**« Le Web mobile doit offrir des applications susceptibles d'intéresser les utilisateurs de téléphones portables, soit celles qui sont destinées à un usage immédiat. »**

– Alon Kronenberg

## Portrait de la mobilité au Québec

# Fort potentiel pour Internet mobile



PRÈS DE SEPT QUÉBÉCOIS SUR DIX POSSÈDENT UN TÉLÉPHONE MOBILE. POUR LE QUART D'ENTRE EUX, IL S'AGIT D'UN TÉLÉPHONE INTELLIGENT. DES DONNÉES ESSENTIELLES QUAND VIENT LE TEMPS D'ÉLABORER UNE STRATÉGIE EN AFFAIRES ÉLECTRONIQUES.

Les données révélées lors de l'enquête NETendances sur l'évolution de la mobilité au Québec, réalisée en octobre 2010 par le Centre francophone d'informatisation des organisations (CEFRIO) en collaboration avec Léger marketing, permettent d'affirmer que la téléphonie mobile prendra de plus en plus de place dans le quotidien des gens.

### LA VOGUE DES TÉLÉPHONES INTELLIGENTS

Chez les utilisateurs de téléphones intelligents en 2010, le BlackBerry arrive en tête du classement avec 46%, suivi du iPhone (31%) et du téléphone doté du système Android de Google (15%). D'ailleurs, ce dernier connaît une croissance si importante aux États-Unis qu'il pourrait devenir le « Windows » de la téléphonie mobile.

### ENGOUEMENT ENVERS LA TABLETTE NUMÉRIQUE

En 2010, on estime à 200 000 le nombre de personnes qui se connecteraient à Internet avec une tablette numérique telle que l'iPad d'Apple, soit 3% de la population adulte. Ce pourcentage grimpe à 13% chez les jeunes de 18 à 24 ans. Et 7% de la population québécoise envisage de se procurer une telle tablette en 2011.

## Les services mobiles Desjardins

# Pour faciliter la gestion de votre entreprise !

Depuis le lancement des services mobiles Desjardins en 2010, de nombreux membres et clients utilisent leur téléphone intelligent pour la gestion quotidienne de leur entreprise. En effet, plus de 25 000 transactions sont effectuées mensuellement par les entreprises utilisatrices de téléphones intelligents faisant affaire avec Desjardins.

Que ce soit pour consulter le solde de leurs comptes, pour effectuer des virements ou même payer des factures, bon nombre d'entreprises profitent aujourd'hui de la flexibilité qu'apportent les services mobiles de Desjardins.

Dans une salle d'attente, le train ou même au restaurant... les services mobiles sont là! Plus de 5 000 entreprises se prévalent aujourd'hui de cette accessibilité. Et vous?

Visitez le [m.desjardins.com](http://m.desjardins.com) pour plus d'information. ■

*Marie-Claude Bouchard*



### QUE FAIT-ON SUR INTERNET MOBILE ?

Environ 800 000 mobinautes ont navigué en 2010 sur Internet au moyen d'un téléphone intelligent, d'un baladeur MP3 ou d'une tablette numérique, et 69% en font un usage quotidien. Parmi leurs activités, on retrouve en tête de liste l'utilisation de moteurs de recherche (92%), du courriel (80%) et de sites offrant des services pratiques comme la météo (77%).

### MARCHÉS PORTEURS ET ENJEUX À VENIR

La conquête des marchés du réseautage mobile, du jeu mobile et, surtout, de la publicité mobile sera dure. D'après les prévisions de e-marketer, les dépenses en publicité sur téléphone mobile devraient s'élever à 743 M\$ en 2010 et dépasser le milliard de dollars en 2011.

La téléphonie mobile tend à modifier en profondeur les comportements des consommateurs en matière d'utilisation d'Internet. Elle soulève des enjeux pour les entrepreneurs et pour les citoyens en matière de vie privée. ■

Pour connaître tous les résultats de l'étude, consulter [www.cefrio.qc.ca](http://www.cefrio.qc.ca), dans la section Publications.