

DIGITALISER

VOTRE ENTREPRISE AVEC UNE APPLICATION WEB OU MOBILE



Edition 2025



ce document est interactif
grâce aux zones cliquables

Les étapes et les outils pour
digitaliser votre entreprise !

INTRODUCTION :

DIGITALISEZ VOS PROCESSUS MÉTIER GRÂCE À UNE APPLICATION MOBILE

Pour rester compétitives et proposer des offres pertinentes, les entreprises doivent se transformer numériquement. Ce principe de digitalisation ressort clairement de chaque discours, débat, article ou étude sur la manière dont les entreprises peuvent rester au niveau des attentes des utilisateurs.

Souvent mal comprise par les dirigeantes et dirigeants d'entreprise, ce Livre Blanc vise à répondre aux questions les plus courantes au sujet la transformation numérique.

En effet, digitaliser son entreprise ne se résume pas à "passer au cloud".

- Quelles sont les étapes spécifiques à suivre ?
- Devons-nous créer de nouveaux emplois pour nous aider à définir le cadre de la digitalisation des processus ou engager un service de conseil ?
- Quelles parties de notre stratégie d'entreprise doivent changer ?
- Cela en vaut-il vraiment la peine ?

Étant donné l'importance de la technologie dans la capacité d'une organisation à évoluer avec le marché et à accroître la valeur ajoutée offerte aux clients, les DSI jouent un rôle essentiel dans la transformation numérique.

Il convient également de noter que les entreprises actuelles se trouvent à différents stades de transformation numérique. Si vous vous sentez coincé dans votre travail de transformation numérique, vous n'êtes pas seul-e.

L'une des questions les plus difficiles lors de la digitalisation des processus est de savoir comment surmonter les obstacles initiaux, de la vision à l'exécution. Cette question est souvent génératrice de stress.

De nombreux directeurs informatiques et organisations pensent qu'ils sont très en retard par rapport à leurs pairs en matière de transformation numérique, alors que ce n'est pas forcément le cas.

Aujourd'hui, la digitalisation des process d'une entreprise repose essentiellement sur l'utilisation d'applications web ou mobiles métier. Mais le développement d'une application métier pose de multiples questions.

- Quel type d'application est faite pour mon organisation ?
- Comment gérer la politique de sécurité ?
- Combien me coûtera la mise en place, le développement et la maintenance de ladite application ?

Dans ce livre blanc, vous trouverez les différentes étapes de la digitalisation de vos processus métier.

De l'avant développement avec la définition de vos besoins, la rédaction du cahier des charges ou encore les choix techniques les plus en adéquation avec votre projet, à l'après développement avec notamment le principe Bring Your Own Device (BYOD), les évolutions futures de vos outils, ou encore la mise en place de la promotion de votre application web ou mobile.



SOMMAIRE

Transformation digitale : Quels enjeux pour 2025 ?	1
Améliorer sa gestion avec de nouveaux outils	1
Accroître sa productivité et sa communication interne	1
Optimiser l'expérience client pour répondre aux nouveaux usages	2
Sécuriser ses données	2
 Votre entreprise et la transformation numérique	 3
Les 3 niveaux de maturité numérique	3
Quel est le profil de votre entreprise au niveau numérique ?	3
Quel est le coût de votre inaction ?	4
Exemple de retour sur investissement	4
 Les freins à la transformation numérique	 6
La complexité du sujet	6
La peur d'investissements trop importants	6
La sécurité et le manque de confidentialité	7
La peur du changement	8
 Exemple de transformation digitale	 10
Optimiser les interventions terrains	10
Créer une plateforme de mise en relation	11
Gérer des documents administratifs	12
 Préparer sa digitalisation	 13
Déterminer l'importance de votre application métier	13
Définir vos besoins d'application web ou mobile	14
Définir le type d'application	14
Identifier les acteurs du projet d'application.....	15
Rédiger votre cahier des charges avec méthode	16
Créer les maquettes de votre application web ou mobile	17
Désigner un chef de projet	18
Envoyer votre cahier des charges aux agences web ou mobiles	19
 Définir le type de code informatique	 20
Low Code et No Code	20
Logiciel SaaS standard	21
Application sur-mesure	22
 Protégez votre entreprise à l'heure de la révolution numérique	 23
Pensez à la sécurité dès le départ	23
Comprendre les plateformes et les Frameworks	23
Implémenter une authentification et une autorisation fortes	24
Assurer des communications sécurisées	24
Protégez les données d'application sur l'appareil	24
Préférez le CYOD au BYOD	25
 Utilisez le plein potentiel des applications mobiles natives	 26



SOMMAIRE

Et après le développement de votre application ?	27
Bien comprendre les plateformes mobiles	27
Anticipez la publication de votre application	28
Testez le plus possible	30
Faites la promotion de votre application	30
Faites évoluer votre application	31
 Comment savoir si votre application est un succès ?	 32
Temps passé sur votre application	32
Fréquence d'utilisation	32
Taux d'abandon	33
Expérience utilisateur	33
 Bénéfices et conclusions	 34
Être vecteur d'innovation	34
Accélérer le traitement des données	34
Offrir une meilleure expérience utilisateur	34
Maximiser votre sécurité réseau	35
 Les services AxioCode	 36
Développement d'applications et logiciels sur-mesure	36
Audit et Modernisation	39



TRANSFORMATION DIGITALE : QUELS ENJEUX POUR 2025 ?

La transformation digitale ne concerne pas seulement les grandes entreprises.

Pour rester compétitives, toutes les entreprises doivent intégrer des solutions numériques qui leur permettront d'**accélérer leur croissance** et de pallier les situations exceptionnelles.

La crise COVID en est un parfait exemple.

Toutefois, cela implique des **changements importants** pouvant aller de l'organisation de votre entreprise à votre modèle économique.

Malgré cela, la transformation digitale représente une véritable **opportunité de développement**. Elle permet de répondre aux différents enjeux auxquels toute entreprise doit faire face.

Améliorer sa gestion avec de nouveaux outils



Les nouveaux outils digitaux sont de véritables **avantages pour les entreprises** qui cherchent généralement à automatiser certaines tâches pour se concentrer sur leur cœur de métier.

L'objectif est de trouver les solutions adaptées qui vous feront **gagner du temps** et qui vous permettront de répondre à vos besoins tout en étant plus simples et plus pratiques.

Accroître sa productivité et sa communication interne



Selon le baromètre 2024 de France Num, 35 % des TPE et des PME utilisent désormais des **outils de collaboration professionnelle**, soit 14 % de plus qu'en 2020.

Ces outils sont aujourd'hui essentiels afin d'assurer une bonne **communication interne** et pour optimiser l'organisation de votre entreprise.

Les dernières solutions digitales, comme les **réseaux sociaux d'entreprise**, dont le développement a explosé durant la COVID-19, permettent de centraliser la communication.

Ce type d'outil vous permet par exemple de mieux diffuser les informations et assurer la productivité de l'ensemble de vos équipes.

Elles sont également indispensables pour que chaque collaborateur se sente impliqué dans l'activité de la société, et ainsi **créer une culture d'entreprise solide**.

Les **CRM, ERP et autres PGI** ont aussi une place prépondérante sur le plan commercial et marketing. Ces outils permettent de centraliser toutes les informations liées au parcours de votre client et facilitent la collaboration des différents services.

Optimiser l'expérience client pour répondre aux nouveaux usages



Ces dernières années, de **nouveaux usages** sont apparus. Ils tendent à plus d'instantanéité et d'accessibilité. En clair, cela doit être simple et rapide.

Pour les petites entreprises, l'enjeu est alors d'offrir une **expérience client qui s'aligne sur ces nouveaux besoins** et ces nouvelles pratiques.

Pour faire face à la concurrence, les PME et ETI doivent fournir une **expérience accessible et complète** sur tous les supports, canaux de communication : réseaux sociaux, e-mail, **plateforme e-commerce**, magasin physique...

À l'air de la data, les entreprises doivent **s'appuyer sur les données** et des métriques pertinentes. Cela permet de mieux comprendre le marché sur lequel elles se positionnent pour améliorer leurs produits et leurs offres.

Ces dernières nécessitent d'être personnalisées pour répondre correctement aux attentes de chaque consommateur. L'**intégration de l'IA** dans les outils métiers peut y contribuer.

Sécuriser ses données



La **sécurité des données informatiques** et des réseaux est au cœur de toute transformation digitale. Pour cela, certaines entreprises optent plutôt pour le stockage cloud. Accessible à distance, il protège le stockage et les serveurs de données, les systèmes d'exploitation, les applications...

D'après le Syntec Numérique, le taux de croissance des offres Cloud par les éditeurs de logiciels d'entreprise était de 15 % en 2021, tandis qu'il était de 5,6 % en 2020.

Que vous optiez pour cette solution ou pour une autre, il convient de s'assurer qu'elle répond à l'objectif principal : garantir la **sécurité des données stockées**.

Pour répondre à chacun des enjeux de la digitalisation, PME et ETI doivent définir clairement leurs buts pour **choisir les outils adaptés** qui leur permettront de poursuivre leur croissance.

Il est bien sûr possible de **se faire accompagner par des professionnels** pour faire les bons choix.



VOTRE ENTREPRISE ET LA TRANSFORMATION NUMÉRIQUE

Indispensable pour s'adapter rapidement aux **évolutions du marché**, beaucoup d'entreprises ont pris conscience de l'importance de la transformation numérique.

Ce n'est pas une simple transformation, mais bien **une révolution qui a débuté il y a plus de 20 ans**.

Ce changement s'est accompagné de diverses études qui ont permis de définir une maturité digitale sur plusieurs niveaux.

Les 3 niveaux de maturité numérique



La maturité digitale technologique

Elle se mesure en réalisant la photographie à un instant T des différents outils mis en place pour fluidifier les processus ou technologies permettant de délivrer un meilleur service. Il est nécessaire, dans le cadre d'une évaluation de maturité, de les identifier et de valider leur adéquation aux processus de l'entreprise, de vérifier la complétude des services offerts par rapport aux besoins.

La maturité digitale perçue par l'utilisateur

Ce sont les différents services, fonctionnalités ou contenus numériques utilisés par les acteurs de l'entreprise (collaborateurs, prestataires, fournisseurs), mais aussi par ses clients.

La maturité digitale organisationnelle

C'est l'évaluation de la capacité à piloter les chantiers digitaux et culture digitale, dans un mode agile, adaptable et en cohérence avec les marchés sur lesquels elle est implantée.

Quel est le profil de votre entreprise au niveau numérique ?



Définir votre maturité par niveau n'est que la première étape, vous devez maintenant définir à quel **profil** correspond votre **niveau numérique**.

Pour vous aider, le MIT a dressé quatre profils répondant à des critères définis.

Les entreprises « Initiées » (Beginners)

Dans ce type d'entreprise, et elles sont nombreuses dans ce cas, les équipes de direction et de management sont sceptiques par rapport à la valeur business et au ROI (Return on Investment / retour sur investissement) d'une politique digitale. Elles ont mis en place des expérimentations numériques, mais sans vision de cohérence globale par rapport au fonctionnement de l'entreprise et à son marché. On peut parler ici d'immaturité face à la transformation digitale.

Les entreprises « Opportunistes » (Fashionistas)

Ces entreprises ont mis en place de multiples solutions digitales, mais de façon segmentée, en mode vertical, sans penser au processus de production et de vente global. Pas de vision générale ni de plan défini avec une cible bien précise à atteindre. Ceci est le reflet d'une organisation en silos avec un niveau de coordination transverse assez faible. Il existe bien une culture digitale, mais avec un niveau de diffusion qui n'est pas homogène.

Les entreprises « Conservatrices » (Conservators)

Ces entreprises ont bien une vision cible et globale de ce qu'il faudrait mettre en place pour atteindre un niveau de maturité nécessaire, mais la mise en œuvre n'est pas réalisée et la digitalisation de l'entreprise peu développée. Les grandes fonctions de base du digital sont maîtrisées, mais la gestion en silos réduit son efficacité.

Les entreprises « Éduquées » (« Digirati »)

Ces entreprises sont les plus avancées dans leur transformation digitale. Elles ont fait un bilan de leur transformation digitale et ont dressé un plan stratégique pour réaliser une vision cible bien définie. Elles ont mis en place une gouvernance du digital centralisée et transverse à l'entreprise, qui coordonne les ressources et les moyens. Elles ont mis en place de nombreux projets dans le domaine en mesurant leur efficacité et la capacité à générer un ROI quantifiable. Elles ont une forte culture du digital et pensent que c'est un des moteurs de croissance de leurs activités.

Quel est le coût de votre inaction ?



Comme vous le savez, le ROI vous permet de mesurer ce que vous gagneriez en effectuant une action.

Dans le cadre de la **transformation numérique**, il est aussi utile de se poser la question suivante :

Quel est le risque si je ne fais rien ?

Aujourd'hui, choisir ou non d'investir dans la digitalisation d'une entreprise est une question que dirigeants ou dirigeants d'entreprise doivent se poser.

Le **risque de non-investissement** s'est notamment fait sentir au début de la pandémie.

Certaines entreprises n'ayant pas pris au sérieux le risque de non-investissement se sont retrouvées face à un mur. Elles ont, pour la plupart, perdu du temps, de l'argent et de la compétitivité. Pire, certaines d'entre elles ne se sont toujours pas relevées.

Souhaitez-vous réellement voir vos concurrents grignoter vos parts de marché ?

Quel sera l'impact financier de ne pas avoir investi davantage dans des outils digitaux destinés à vos collaborateurs ou à vos clients ?

L'investissement dans votre transformation numérique n'est pas uniquement fait pour obtenir un retour sur investissement.

Il a aussi pour objectif d'**éviter le coût et le risque de ne pas tirer parti des dernières innovations** (techniques ou technologiques) et de se faire distancer par vos concurrents bénéficiant et maîtrisant ces technologies.

Exemple de retour sur investissement



L'entreprise Durand est spécialisée dans la maintenance de tuyauterie industrielle sensible.

Les ouvriers réalisent des interventions de maintenance et doivent fournir un rapport détaillé sur celles-ci. Une fois l'intervention réalisée, ils remplissent actuellement un formulaire papier qu'ils doivent envoyer à leur manager. Le manager est chargé de re-saisir et de consolider ces informations pour envoyer des rapports sous différentes formes à ses clients et à sa direction.

Problèmes

Le formulaire est parfois envoyé avec du retard, souvent incomplet, mal rempli, voire abîmé ou sali, rendant les champs illisibles. Cela entraîne des retards, une perte de temps du manager, de l'insatisfaction client et parfois même des pénalités.

L'entreprise Durand a donc décidé de faire appel à un prestataire spécialisé pour digitaliser ce processus métier de rapport d'intervention.

Solution

Développement d'une application mobile à destination des techniciens et d'une application Web d'administration à destination du manager.

Via l'application, les techniciens sont guidés et aidés dans le processus de remplissage du rapport, les champs sont contrôlés et ne peuvent être laissés vides lorsqu'ils sont obligatoires. Le rapport est ensuite automatiquement envoyé au manager et disponible dans le Dashboard d'administration.

Sur son tableau de bord, il peut consulter, chercher, trier tous les rapports d'intervention, générer en un clic des rapports consolidés pour ses clients et même visualiser des statistiques sur les données.

Résultat

La satisfaction client augmente, la satisfaction du manager augmente, elle aussi, car il utilise son temps pour faire des tâches plus gratifiantes et à valeur ajoutée pour son entreprise, la relation entre le manager et ses techniciens est fortement améliorée par l'absence de frustration liée au (mauvais) remplissage du formulaire.

Retour sur investissement

- Coût mensuel du manager (brut chargé) : 6700€
- Coût mensuel des 3 techniciens (brut chargé) : 6750€
- Temps perdu par le manager : 4h/semaine environ
- Coût du temps perdu par le manager : 670€ / mois environ
- Gain de production du manager : 335€ / mois environ
- Temps perdu par chaque technicien : 30 min / jour environ
- Coût du temps perdu par les techniciens : 500€ / mois environ
- Gain de production des techniciens : 250€ / mois environ
- Perte mensuelle estimée : 1755€ environ
- Conception et Développement du Dashboard d'administration Web : 8000€
- Conception et Développement de l'application mobile : 13000€

La solution est rentabilisée en un peu moins d'un an (11,9 mois), et ce sans prendre en compte le gain lié aux retombées commerciales.

Source : Go Numérique.



LES FREINS À LA TRANSFORMATION NUMÉRIQUE

La **digitalisation** de votre organisation n'est pas un acte anodin.

Plusieurs raisons peuvent vous empêcher d'avancer dans ce **projet de numérisation**.

Nous avons identifié pour vous les principaux **freins à la digitalisation** pour les PME et ETI.

Afin d'appuyer nos propos, nous nous baserons sur une étude de Bpifrance parue en 2017.

Cette étude a été menée auprès de 1814 dirigeants de PME et ETI françaises, tous secteurs d'activité confondus.

La complexité du sujet



Le digital est un sujet complexe.

Intelligence Artificielle ou gouvernance des données, ces sujets sont tout aussi compliqués à appréhender que méconnus du grand public.

Si l'on ajoute à cela l'évolution constante des technologies, on peut naturellement comprendre que **34 % des dirigeantes et dirigeants considère la complexité comme un frein**.

De plus, de nombreux outils et solutions sont disponibles sur le marché. Les intervenants sont multiples, l'information est partout, ce qui peut rendre la lecture plus complexe encore.

Ne suivez pas votre intuition, mais **établissez un plan d'action**.

Comme pour tout autre projet, le point de départ de votre digitalisation est l'élaboration d'une stratégie. Elle part d'un état des lieux de l'existant, de l'identification de l'**objectif à atteindre** pour définir les **leviers à actionner** en fonction de l'objectif défini.

Cela vous permet de prendre du recul et de faire des choix réfléchis. Se focaliser sur les solutions pouvant répondre à votre problématique permet, en effet, de rendre le sujet plus lisible.

La peur d'investissements trop importants



Il est **difficile de définir a priori l'investissement à prévoir** pour mener à bien un projet de digitalisation. Tout dépend en réalité des actions à mettre en place et de l'objectif que vous aurez défini.

Il n'y a évidemment aucune logique à dépenser votre argent sans compter.

L'ouverture d'une fiche Google My Business, l'inscription sur certains annuaires professionnels, la création d'une page Facebook ou l'ouverture d'un compte Instagram Pro sont des exemples d'outils gratuits.

Ces outils sont un bon début, mais ne sont pas suffisants.

Si vous souhaitez investir dans un nouveau site internet, une application ou encore la création d'un logiciel métier spécifique, il vous faudra mettre la main au porte-monnaie.

Pour **réduire les coûts**, il vous suffit d'investir uniquement dans ce dont vous avez besoin. Il ne faut pas oublier que la digitalisation de votre entreprise est un processus à long terme.

Établir une stratégie vous permettra d'**établir vos priorités** et d'**investir étape par étape**. Différentes régions offrent des financements afin d'aider les sociétés à lancer leur transformation digitale :

- L'aide « Ambition PME » en Auvergne-Rhône-Alpes,
- Le « chèque numérique » en Pays de la Loire et Midi-Pyrénées,
- Le « Chèque de transformation numérique » soutenu par le FEDER en Nouvelle Aquitaine,
- L'aide « TP'UP » en Ile-de-France,
- L'aide « Pays de la Loire Investissement numérique ».

Si votre projet est **innovant**, vous pouvez également prétendre au **Crédit Impôt Innovation**.

Le Crédit Impôt Innovation (CII) vise les entreprises qui réalisent des travaux innovants dans le cadre de leur transformation numérique ou non.

En effet, PME et ETI peuvent bénéficier d'un crédit d'impôt de 30% sur les investissements nécessaires à la conception, à la réalisation de prototypes ou aux installations pilotes d'un produit nouveau (conception, configuration, ingénierie, design, essais / évaluation, acquisition d'un savoir-faire technologique).

Le terme « innovation » est pris dans son sens le plus large et comprend par exemple

- une **éco-conception** innovante (impact environnemental réduit à l'usage, dans les matières premières, la fabrication, la distribution ou lors de la fin de vie),
- une **ergonomie** améliorée dans l'usage du produit,
- des **fonctionnalités** supérieures.

L'assiette des dépenses est plafonnée à un montant de **400 000 € par an et par entreprise**, pour une **aide de 120 000 €**.

Notons que la définition fiscale exige notamment que *« le prototype ou l'installation pilote présente des performances supérieures sur le plan technique, des fonctionnalités, de l'ergonomie ou de l'écoconception par rapport aux produits commercialisés par vos concurrents à la date de début des travaux »*.

Pour bénéficier du CII, vous devez faire appel à un prestataire agréé pour les travaux que vous ne réalisez pas en interne.

Vous avez un projet numérique innovant et recherchez un prestataire pour développer votre application web ou mobile ? Vous souhaitez **bénéficier du Crédit Impôt Innovation** pour votre projet numérique ? AxioCode est agréé au dispositif Crédit Impôt Innovation et vous accompagne dans la réalisation de votre projet.

La sécurité et le manque de confidentialité



Sécuriser et contrôler ses données est devenu un enjeu **stratégique** pour les entreprises.

Gérer des données en ligne est un sujet sensible pour certaines entreprises qui craignent que leurs informations ne tombent entre de mauvaises mains.

Une inquiétude très vite rejointe par celle concernant la protection des données de clients recueillies en ligne. Pourtant, gérer votre business en ligne n'a jamais été aussi sûr qu'aujourd'hui.

On assiste ici à un effet en cascade : les multinationales gardant de très près leurs données dans des « clouds » à l'épreuve des attaques, les PME et ETI finissent, à terme, par **bénéficier de cette technologie**.

Finalement, tout le monde bénéficie de cette sécurité. Vos clients sont d'ailleurs les premiers concernés : 98% des internautes français effectuent des achats en ligne en 2025 (source : Statista).

Même si le risque 0 n'existe pas dans le domaine de la **sécurité informatique**, la mise en place de bonnes pratiques limite considérablement les risques :

- Installez des outils de protection sur vos équipements informatiques : pare-feu (ou fire wall), anti-virus, anti-spam,
- Sécurisez l'accès wifi de votre commerce,
- Téléchargez vos logiciels sur les sites officiels des éditeurs,
- Faites les mises à jour de ces logiciels dès qu'elles sont disponibles,
- Choisissez des mots de passe robustes et changez-les de temps en temps,
- Sauvegardez régulièrement vos données,
- Restez prudent lors de l'utilisation de votre messagerie pour détecter les messages potentiellement frauduleux avant de les ouvrir.

Le respect de ces quelques **recommandations** au quotidien constitue une bonne base dans votre démarche de sécurisation de vos équipements et de vos données.

Le "cloud" dans tout ça ?

Quand on parle de "cloud", on parle avant tout d'un **réseau de serveurs** mêlant des applications et des services divers utilisables en ligne.

Les applications du cloud sont une **nouvelle alternative** face aux logiciels et aux nombreux matériels informatiques qui encombrant votre entreprise.

Sans le savoir, vous utilisez probablement déjà le cloud tous les jours.
Facebook, LinkedIn, Outlook, Gmail, Youtube, Netflix, iCloud, Dropbox...

La peur du changement



Le **changement**, aller vers l'inconnu, fait souvent peur.

Le plus effrayant pour vos collaborateurs est de laisser tomber des méthodes qu'ils connaissent par cœur pour de nouvelles.

Pour réussir votre **transition digitale**, il ne suffit pas d'investir dans un nouvel outil, vous devez aussi investir dans vos équipes.

C'est toute votre entreprise que vous devez embarquer dans ce changement.
Les intérêts de votre entreprise et de vos collaborateurs divergent parfois.

Ces divergences peuvent mener à des conflits internes et à une forte **résistance au changement**.

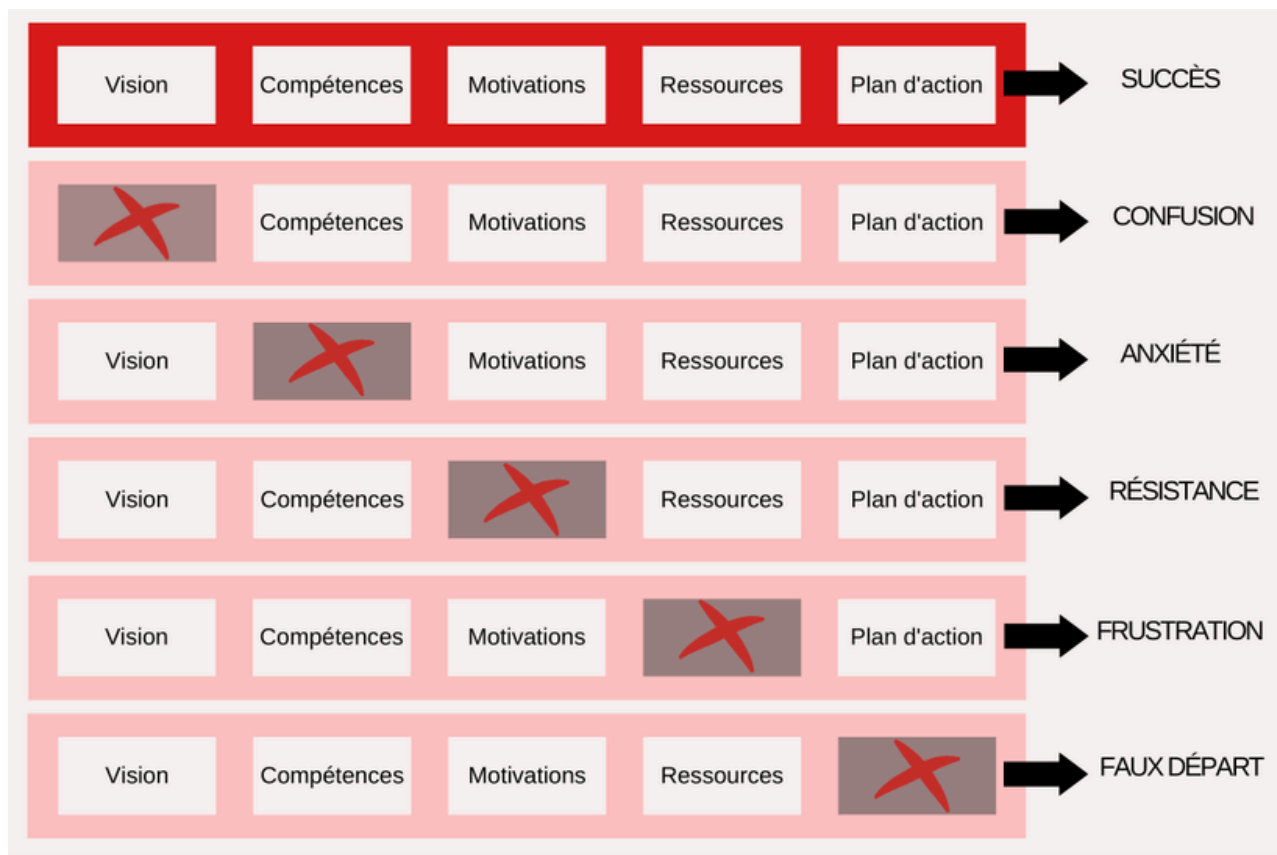
28% des personnes interrogées par l'enquête Bpifrance estiment que cette résistance au changement est un frein à leur digitalisation.

Il est pourtant crucial, pour la réussite de votre projet, de **lever ce frein**.

La **digitalisation** doit être complètement intégrée à votre culture d'entreprise et vous devez former régulièrement vos employés à l'utilisation de vos nouveaux outils.

Une fois que votre entreprise a entamé sa digitalisation, n'hésitez pas à mettre en avant les premiers effets positifs, cela motivera davantage vos collaborateurs.

Voici le modèle T. Knoster des **5 piliers du changement**, c'est un outil utile pour réfléchir à la gestion de changement dans une entreprise.



Selon l'auteur, cinq éléments sont essentiels pour le succès d'un changement : une vision, des compétences, de la motivation, des ressources et un plan d'action.

Si un des éléments est manquant, les **efforts** investis seront nuls.

Ce modèle est un moyen utile de **diagnostiquer** ce qui pourrait être nécessaire lorsque l'on planifie un changement dans l'entreprise.

EXEMPLE DE TRANSFORMATION DIGITALE

Optimiser les interventions terrains



ENEDIS

Enedis gère le réseau public de distribution d'électricité : Enedis, connu jusqu'en 2016 sous le nom d'ERDF, pour Électricité Réseau et Distribution France, est le principal gestionnaire du réseau public de distribution d'électricité du territoire.

Pourquoi faire appel à AxioCode ?

La principale problématique d'Enedis est de pouvoir intervenir rapidement sur un secteur géographique donné quelle que soit l'intervention. Il faut alors pouvoir identifier les techniciens disponibles, leur localisation et le temps de trajet afin de prendre la décision la plus éclairée possible.

Quelles solutions a été apportées ?

Le but de l'application est de donner à Enedis et ses agents les moyens de pouvoir identifier rapidement sur une carte les dépannages en cours, ainsi que les ressources matérielles et humaines déployées et disponibles.

Nous avons donc mis en place un système applicatif pour centraliser les différentes données relatives aux interventions sur des postes de travail haute et basse tension. Cela permet de fluidifier la transmission d'informations sur les dépannages en cours, mais aussi sur l'affectation rapide d'agents en fonction de différents critères.

Toutes ces données sont mises à jour pour permettre à Enedis de répondre rapidement aux différentes demandes de dépannage, tout en maximisant les ressources disponibles.

L'application permet la gestion des dépannages sur une zone donnée. C'est une aide à la décision pour le gestionnaire de dépannage sur la base de critères objectifs.

Ces critères servent de base à un algorithme qui détermine, à l'aide d'un score, quels techniciens sont les plus à même d'effectuer le dépannage. L'application ne décide pas, c'est le gestionnaire qui peut valider ou non le choix de l'algorithme.

Pour permettre de gérer les crises de grande ampleur, comme lors de catastrophes naturelles, l'application intègre un mode crise. Une fois activée, elle tague les dépannages afin de permettre aux gestionnaires de dépannage de les identifier et d'envoyer des équipes rapidement. Ces tags persistent lors de la sortie du mode crise. Ils permettent à Enedis d'avoir une vision globale des actions qu'il reste à effectuer. Les agents se concentrent ainsi sur les missions contribuant à la résolution de la crise.



PROS-CONSULTE

Pros-Consulte

Créée en 2009, la société Pros-Consulte propose son expertise pour optimiser la qualité de vie et le bien-être au travail.

Une équipe de psychologues consultants diplômés et spécialisés assure nos 3 métiers complémentaires : plateforme d'écoute 24/7, interventions sur site, formations spécialisées.

Pourquoi faire appel à AxioCode ?

Le besoin initial de Pros-Consulte remonte à 2009. L'entreprise souhaitait mettre en place une plateforme web et un système de mise en relation téléphonique intelligent, capable de prendre en compte la disponibilité des psychologues en temps réel.

Quelles solutions a été apportées ?

Pour les salariés :

Le site web www.pros-consulte.com a été réalisé sous **Drupal**. Il affiche du contenu administré par Pros-Consulte, ainsi que la liste des psychologues disponibles.

Le système de mise en relation téléphonique est assuré par la plateforme Twilio, avec une solution de secours VoiceXML.

Une **application mobile** est disponible pour les smartphones Apple et Android. Elle offre les mêmes fonctionnalités que l'interface web, plus une possibilité de recevoir une notification lorsqu'un psychologue occupé ou absent devient disponible.

Pour les entreprises clientes :

Un back-office a été réalisé pour les DRH des entreprises clientes, également avec Drupal. Il leur permet la consultation de statistiques et de rapports anonymes sur l'utilisation du service.

Pour les psychologues :

Les psychologues indiquent leur planning et se rendent accessibles en se connectant à leur espace. De cette façon, les utilisateurs voient clairement quels psychologues sont disponibles, en consultation ou absents (avec leur prochaine disponibilité).



Fédération Équestre Internationale

La Fédération Équestre Internationale est en charge de l'organisation des sports équestres au niveau international.

Elle apporte des services à l'ensemble des parties prenantes impliquées dans le sport : les fédérations nationales, les organisateurs de concours, les juges et officiels, les cavaliers et les propriétaires de chevaux.

Pourquoi faire appel à AxioCode ?

La FEI a fait appel à nous pour reprendre la maintenance corrective et évolutive de la plateforme métier de gestion administrative du sport.

Quelles solutions a été apportées ?

Entre autres réalisations, l'[application mobile « HorseApp » de la Fédération Équestre Internationale \(FEI\)](#) a été réalisée dans le but de faciliter l'envoi de documents officiels pour les chevaux.

Grâce à leur compte FEI, les athlètes peuvent :

- scanner directement le code barre de leurs chevaux figurant sur un passeport de la FEI ou une carte de reconnaissance,
- prendre en photo les documents concernés,
- envoyer directement les documents à la FEI,
- consulter les documents envoyés.

L'application mobile est reliée directement à la base données de la FEI. Ainsi, les documents requis sont téléchargés et stockés sur les serveurs de la FEI et accessibles à tout moment.



PRÉPARER SA DIGITALISATION

Ces différents exemples montrent bien que **tous les domaines sont en pleine transformation** digitale. Mais nous voyons bien que cela n'est pas immédiat. Les transformations se font petit à petit et de nombreux tests à petites échelles sont effectués.

La Covid-19 puis les outils boostés à l'IA, nous a amené à **repenser totalement notre manière de travailler**.

Favoriser les actions de **télétravail, digitaliser les outils et les processus** internes de l'entreprise est devenu indispensable.

La transformation digitale n'a jamais été aussi importante pour les entreprises !

Il ne faut pas transformer entièrement votre façon de fonctionner en quelques semaines, vos collaborateurs et vos clients n'auront pas le temps de **se familiariser avec les nouveaux processus**.

L'effet positif de la transformation pourrait alors se retourner contre vous.

Nous observons bien l'importance de la digitalisation des différents processus métiers. Mais attention : il est important de ne pas se lancer dans sa transformation digitale sans se préparer un minimum.

Connaître le **niveau de digitalisation** de sa société et **savoir que l'on veut** une application web ou mobile pour gagner en productivité ne suffit pas à mener à terme un projet de cette ampleur.

Voilà pourquoi nous avons listé pour vous les différentes recherches et étapes qu'il faut suivre pour **concrétiser correctement sa transformation numérique**.

Déterminer l'importance de votre application métier



Il n'est pas question de créer une application web ou mobile pour créer une application. Celle-ci doit **apporter de la valeur ajoutée**, un véritable service supplémentaire.

Avant de vous lancer, il est important de vous poser la question de l'**utilité de cette application**. Il se peut que développer une application métier se situe trop tôt dans le parcours de développement digital de votre entreprise.

Il est également indispensable de réfléchir en amont à tous les niveaux de votre organisation impactés par ce nouvel outil, et de bien anticiper ses conséquences. Pour ce faire, il suffit de vous appuyer sur les 3 piliers suivants :



L'exploitation

- À quelle fréquence vos collaborateurs l'utiliseront-ils ? Sur quelle durée ?
- Pour quels usages ?
- L'application mobile dépend-elle d'applications internes ou externes ?
- Ou au contraire influe-t-elle sur des logiciels internes ou externes ?
- Quel est le nombre de personnes nécessaire pour la mise en place, la promotion, le support et le maintien de l'application ?
- Quel est le nombre d'utilisateurs qui manipuleront cette application ?

2.

La performance

- Quel type d'application sera le plus utile à vos collaborateurs ?
- Sur Tablette, sur Smartphone, les deux ?
- Quelle sera son influence sur votre chiffre d'affaires ?
- Avec quel retour sur investissement ?
- L'application est-elle indispensable, stratégique ou utile à votre business ?

3.

Les utilisateurs

- Il est nécessaire d'établir le profil des futurs utilisateurs de l'application. Si votre cible n'utilise jamais de tablette ou à tendance à utiliser les réseaux sociaux abondamment, votre application mobile doit être pensée en conséquence.
- Vos futurs utilisateurs sont-ils réticents au mobile ?
- Au contraire sont-ils constamment sur le terrain ?
- Quels seront les différents accès ou droits dans l'application selon le niveau hiérarchique de l'utilisateur ?

Définir vos besoins d'application web ou mobile



Si l'**importance de votre application métier est confirmée**, il est temps de passer à l'étape suivante : la définition des besoins.

C'est le moment de faire le point sur toutes vos problématiques afin d'obtenir une application qui répondra à vos besoins.

N'oubliez jamais de **faire participer vos équipes**. Posez-leur des questions, enquêtez, investiguez afin d'être certain de viser juste.

Et continuez tout au long du projet : demandez leur avis sur des fonctionnalités spécifiques, testez votre application sur un panel d'utilisateurs, prenez en compte leurs retours.

Déterminer le type d'application mobile



Sur quels supports souhaitez-vous la développer ? Une tablette ? Un smartphone ?
Il convient ensuite de choisir le type d'application à développer.

APPLICATIONS MOBILES NATIVES

Les applications mobiles natives sont développées pour fonctionner sur **un système d'exploitation unique**. Il existe aujourd'hui deux systèmes d'exploitation mobiles majeurs : l'iOS d'Apple et le système Android de Google.

De manière générale, elles sont considérées comme plus **ergonomiques et intuitives** puisqu'elles sont développées pour un système spécifique.

APPLICATIONS HYBRIDES

Tout comme les applications natives, les **applications hybrides peuvent être installées sur smartphone**. Elles sont, quant à elles, exécutées via un navigateur web intégré à une application mobile native.

Ces applications ne sont pas aussi stables et rapides que des applications natives. Tous les systèmes hybrides conviennent parfaitement pour des **applications de contenu** par exemple (blog, recettes, tutos, etc.), ou encore pour des besoins éphémères.

LOGICIELS WEB

Un **logiciel web est une application accessible depuis un navigateur web**, que ce soit le navigateur d'un ordinateur, celui d'un smartphone ou d'une tablette.

Les applications web dites "responsive" s'adaptent à la taille de l'écran de votre appareil.

Ces applications sont développées avec les langages de programmation les plus courants mais **ne peuvent être téléchargées via les apps stores**. Ces applications, contrairement aux deux précédentes, ne nécessitent pas d'installation sur les terminaux utilisateurs. Certains CRM et ERP sont par exemple des logiciels web.

APPLICATION MIXTE

Une application "mixte" représente un **compromis** particulièrement intéressant entre **application native et web**.

Elle consiste à développer une **application native** et d'y intégrer à la fois des vues (écrans) natives et des vues web selon les besoins d'ergonomie et d'interaction avec le smartphone.

De nombreux grands acteurs du numérique ont adopté cette solution pragmatique, Amazon par exemple.

Identifier les acteurs du projet d'application



À partir de l'**expression de besoins**, la première étape de la modélisation consiste à identifier les acteurs, c'est-à-dire ceux qui vont interagir avec l'application web ou mobile : le plus souvent un humain, parfois une machine ou un système qui ne fait pas partie de l'application à réaliser, mais qui participe à son fonctionnement.

Définir les acteurs consiste à définir les profils des différentes personnes ou machines qui vont interagir avec l'application.

Exemple : Acteurs identifiés pour un projet d'application ➔



Maison mère



Directeur
Commercial



Cellule
Technique



Client



Fournisseurs



Direction
Production



Assistant
Commercial



Administration
des ventes

Profilier votre cible

Que ce soit une application destinée à vos équipes, à vos partenaires ou à vos fournisseurs, il est nécessaire de bien comprendre votre cible.

Quelle tranche d'âge ?
Les habitudes d'utilisation ?
Le secteur d'activité ? Le type d'activité ?
La stratégie de développement ?
La présence à l'international ?
Leur maturité digitale ?

Rédiger votre cahier des charges avec méthode



Vous pouvez réfléchir à votre expression de besoins et la rédiger seul (ou mieux, en équipe) sans assistance méthodologique particulière.

Par contre, la rédaction du véritable **cahier des charges** d'une application web ou mobile nécessite des compétences spécifiques et une expérience éprouvée.

Rédiger un cahier des charges est une **étape obligatoire** dans la réussite de votre projet web ou mobile.

En effet, le cahier des charges joue un rôle décisif. Il va permettre de traduire vos besoins en termes de fonctionnalités et de contraintes. Ce document met en exergue l'ensemble des services que rendra votre application. Il est en quelque sorte **un contrat passé entre vous et votre fournisseur/prestataire** de développement.

La **complétude de votre cahier des charges** permet également de faciliter le dialogue entre les différentes parties prenantes, mais laisse une certaine marge de manœuvre aux développeurs.

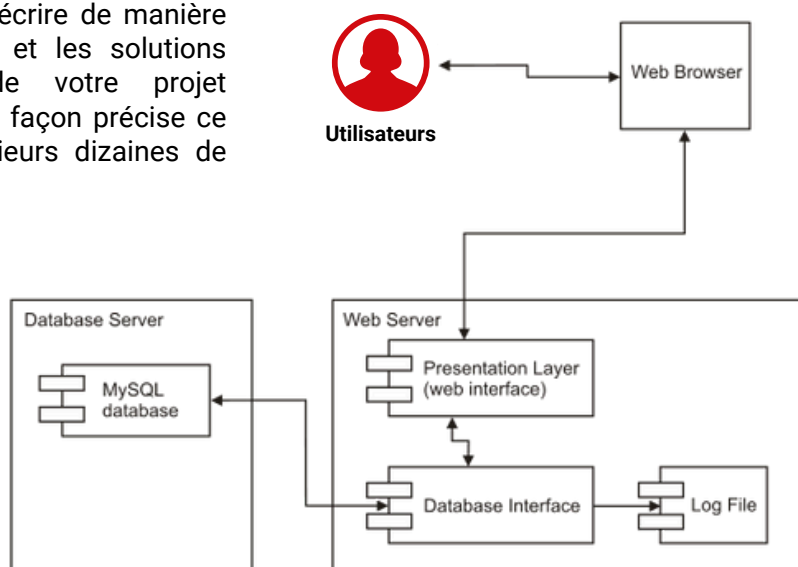
Cela leur permet de vous proposer les solutions les plus innovantes disponibles dans le périmètre fixé par votre projet.

Le **cahier des charges doit être exhaustif et précis**, il constituera la base contractuelle de la relation avec votre prestataire.

Utilisez par exemple UML (de l'anglais Unified Modeling Language), un langage de modélisation graphique conçu pour visualiser la conception d'un système à partir d'une méthode normalisée.

La **modélisation UML** consiste à décrire de manière visuelle et graphique les besoins et les solutions fonctionnelles et techniques de votre projet d'application. Un texte décrivant de façon précise ce qui doit être réalisé contient plusieurs dizaines de pages.

UML apporte une **méthode éprouvée** pour représenter le projet sous différents angles. Avec un contenu insuffisant, votre cahier des charges sera source d'interprétations et d'incompréhensions ; cela est reconnu par l'industrie logicielle comme la cause principale d'échec des projets numériques.





Lorsque le **cahier des charges** n'est pas assez précis ou pire, s'il n'existe pas, une grande place est laissée à l'interprétation de chacun sur ce qui devra être réalisé lors du développement de votre application.

Il est nécessaire de définir le **design et l'ergonomie** de l'application, **maquettes** à l'appui, ainsi que la liste des actions qu'il sera possible de réaliser. Sans cahier des charges précis, deux agences ou deux développeurs différents ne comprendront pas de la même façon ce qu'il faut faire.

La surprise fera rapidement place à la déception, car vous n'obtiendrez pas ce que vous souhaitiez.

Avant d'engager tout développement avec votre prestataire, il est donc nécessaire de réaliser des maquettes. Cela vous permettra d'obtenir un **livrable conforme à vos attentes**.

Les **maquettes** sont parfois créées de manière très **simple** et **brute**, ou au contraire proches d'un prototype dynamique et de haute-fidélité. À vous de décider, selon vos compétences, votre budget et le temps que vous pouvez y consacrer, quel type de maquette réaliser.

À partir de l'**expression de besoins et de l'identification des acteurs** qui vont interagir avec votre application web ou mobile, la description des cas d'utilisation est déjà en bonne voie.

Vous allez vérifier que chaque acteur dispose des **fonctionnalités nécessaires** et vous pourrez vous assurer de ne rien oublier.

Pour identifier les cas d'utilisation, il faudra vous placer du **point de vue de chaque acteur**, définir comment et pourquoi il se servira de l'application.

La difficulté de l'exercice réside dans le choix du niveau de détail, la granularité ou la finesse des cas d'utilisation.

Un cas d'utilisation très générique nécessitera une **description détaillée** qui sera peu propice à une bonne compréhension.

Afin de résoudre un problème complexe, il faut d'abord **le découper en problèmes plus élémentaires**.

À l'inverse, la définition de cas d'utilisation très fins multipliera leur nombre de façon inutile pour une modélisation efficace.

Il faut **éviter les redondances** et limiter le nombre de cas d'utilisation en se situant à un bon niveau de finesse.





Tout d'abord, expliquons pourquoi **désigner un chef de projet est essentiel**.

Le chef de projet est **l'intermédiaire** entre vous et les différents professionnels impliqués dans la réalisation de l'application web ou mobile. En d'autres termes, il **coordonne les différents acteurs** et les ressources mobilisées autour de votre projet.

Ses missions sont indispensables pour le bon fonctionnement de votre application :

- Définir dans son ensemble la faisabilité de votre projet,
- Identifier les risques éventuels afin d'anticiper les dérives potentielles,
- Faire en sorte de respecter les délais avec une planification efficace,
- Optimiser l'utilisation de son ou ses équipes et les technologies employées,
- Maintenir son ou ses équipes motivées et impliquées,
- Mettre en place une veille régulière afin d'être à la pointe technologiquement pour une pleine optimisation de votre application,
- S'inquiéter de l'ergonomie de votre application afin qu'elle soit fluide et performante,
- Superviser les étapes de tests de votre application,
- Respecter le budget défini en amont,
- Fournir une formation et si nécessaire de la documentation pour l'utilisation et la maintenance de votre application.

Les principales qualités d'un chef de projet d'application web ou mobile sont les suivantes :

- Sens du management,
- Esprit rigoureux,
- Intérêt pour l'univers digital,
- Implication,
- Motivation,
- Flexibilité,
- Caractère opérationnel,
- Sens du travail en équipe,
- Curiosité d'esprit,
- Curiosité à l'égard des nouvelles technologies.

Le chef de projet se doit d'être **expert métier** du domaine de l'application.

Il doit disposer du **temps** nécessaire à sa mission.

Une personne débordée bâclera la moitié des étapes essentielles à la réussite de votre application.

Il doit aussi posséder une formation et une **expérience significative en gestion de projet digital**.



Votre cahier des charges en main, votre application est sur la bonne voie, mais n'existe pas encore. Prochaine étape : trouver le bon prestataire.

Envoyez votre cahier des charges à une liste de 3 à 5 prestataires identifiés.

Demandez des **devis** et **exigez des engagements fermes sur les prix et les délais** de réalisation de votre application web ou mobile.

Sur quels critères choisir votre prestataire ? Nous vous proposons une grille de calcul qui prend en compte :

- **L'expérience**, depuis combien de temps le prestataire réalise-t-il des applications web, des applications mobiles ? Avec quelles équipes, combien de développeurs, quelles qualifications ou certifications ?
- **Les références** vous permettront de juger de la pertinence du prestataire par rapport à votre projet. Ses réalisations sont-elles de la même nature que ce que vous recherchez ? Faites la différence entre des applications vitrine, des applications de jeu ou des applications de gestion, de mise en relation ou destinées à un usage professionnel sur le terrain.
- **La technologie**, sauf pour un projet éphémère, prohibez les technologies hybrides et exigez des applications natives iOS (Apple) et Android.
- **L'organisation**, aurez-vous un interlocuteur dédié ? Quelle est l'organisation mise en place par le prestataire pour vous aider et vous garantir une livraison au coût prévu et dans les délais ?
- **Le coût**, quel est le montant du devis ? Est-il détaillé fonctionnalité par fonctionnalité ?
- **Les délais**, à quelle date votre application sera-t-elle disponible ? La rapidité de fabrication de votre application dépendra du nombre de développeurs qui y travailleront simultanément.
- **Le service après-vente**, le prestataire offre-t-il une période de garantie, un contrat de maintenance ou de support ?

Développer une application mobile est un projet de longue haleine.

Le choix du prestataire est essentiel pour sa réussite.

Votre prestataire devra répondre à vos besoins et vous conseiller sur le long terme.

Rappelez-vous également que vous avez une seule chance de séduire un utilisateur et qu'une application mobile est généralement la vitrine de votre entreprise.

Sélectionner le bon prestataire (et partenaire) est donc crucial à la réussite de votre projet mobile.

La meilleure méthode est de pondérer alors chaque critère selon son degré d'importance pour votre projet d'application et votre entreprise.

Puis, de **noter chaque agence** pour finalement sélectionner le prestataire qui fera de votre projet d'application une réalité.



DÉFINIR LE TYPE DE CODE INFORMATIQUE

Pour **digitaliser votre entreprise via une application**, il existe plusieurs solutions techniques, allant de l'usage des outils No-Code ou Low-Code ou des solutions du marché (Logiciel SaaS par exemple), à la réalisation d'applications sur mesure programmées avec des langages et technologies spécifiques.

En étant bien accompagnée, toute entreprise peut développer une application sur-mesure.

Faisons ensemble un tour d'horizon des types de solutions qui s'offrent à vous.

Le Low-Code ou le No-Code



C'est un concept qui suscite un intérêt croissant depuis quelques années. Fondamentalement, il aide l'utilisateur à limiter ses besoins en programmation manuelle.

Ceci est spécifiquement utilisé pour la **création d'applications métier**. Plutôt que de rechercher une nouvelle application, les programmeurs et les non-programmeurs peuvent utiliser une plateforme qui leur permet de faire glisser des blocs de fonctionnalités dans une interface visuelle et de les paramétrer. La **plateforme code alors directement l'application** correspondante, en tout (no-code) ou partie (low-code).

Le principal avantage des plateformes no-code ou low-code est le **gain de temps**. En éliminant le plus possible le codage grâce à des fonctionnalités prêtes à l'emploi, vous pouvez accélérer la production. Et pour les entreprises, rien de mieux que de réduire un projet pluriannuel à quelques mois, voire à quelques semaines.

Cependant, vous devez **modérer vos attentes** en ce qui concerne ces plateformes, en particulier lorsque vous abordez les spécificités de votre entreprise. La rapidité est grande, mais gardez ces inconvénients à l'esprit pour ne pas accumuler une dette technique excessive :

- **Options d'intégration limitées** : de nombreux outils et produits se combinent pour définir votre stratégie de transformation numérique. Toutefois, lorsque vous utilisez beaucoup le low-code, vous rencontrez des problèmes d'intégration, en particulier avec les outils numériques que vous utilisez déjà. Pour les systèmes qui sont au cœur de votre entreprise, vous ne pouvez pas sacrifier les intégrations personnalisées simplement pour aller vite.
- **Manque de personnalisation** : l'intégration des données est une chose, mais les composants modulaires des plates-formes low-code limitent également la personnalisation des applications. Lorsque la personnalisation n'est pas possible, vous devrez adapter l'organisation de votre entreprise au fonctionnement de l'application.
- **Problèmes de sécurité et de fiabilité** : lorsque vous créez une application sur-mesure, vous savez que vous pouvez vous y fier, car vous la connaissez entièrement. Avec le low-code, vous prenez certains risques puisque vous ne contrôlez pas tout. Que se passe-t-il si vous êtes lié à une plateforme et que cette dernière ferme ? Vous pourriez vous retrouver avec un outil dont vous n'avez jamais rêvé et devoir gérer de nombreuses complexités auxquelles vous ne vous attendiez pas.
- **Politiques tarifaires complexes** : il est parfois difficile de connaître le coût d'utilisation d'une plateforme low-code. Le plus souvent, il faut souscrire des abonnements qui sont fonction du nombre d'utilisateurs finaux de l'application, ce qui peut rapidement représenter des sommes importantes.



Le logiciel en tant que service, également appelé **logiciel SaaS** ou logiciel à la demande, est un moyen de fournir des applications logicielles à l'utilisateur final via Internet.

Un SaaS peut offrir de grands avantages pour la plupart des entreprises, principalement en termes de coûts et de flexibilité.

Cependant, les inconvénients du SaaS (tels que le manque de contrôle) sont considérables et ne doivent pas être ignorés.

Un SaaS offre de nombreux avantages potentiels par rapport aux modèles traditionnels d'installation de logiciels d'entreprise, notamment :

- **Le coût** d'une application SaaS est généralement basé sur l'abonnement et n'a aucun frais de licence initial. Le fournisseur SaaS gère l'infrastructure informatique qui exécute le logiciel, ce qui réduit les frais de maintenance du matériel et des logiciels.
- **Configuration et déploiement rapides** - L'application SaaS est déjà installée et configurée dans le cloud. Cela minimise les retards habituels résultant d'un déploiement de logiciel traditionnel souvent long.
- **Mises à niveau faciles** - Les fournisseurs SaaS gèrent les mises à jour matérielles et logicielles, déploient les mises à niveau de manière centralisée vers les applications hébergées et suppriment cette charge de travail et cette responsabilité.
- **Accessibilité** - Tout ce dont vous avez besoin pour accéder à une application SaaS est un navigateur et une connexion Internet. Cette solution est généralement disponible sur un large éventail de périphériques et de n'importe où dans le monde, ce qui rend le SaaS plus accessible que l'installation de logiciel de gestion traditionnelle.
- **Évolutivité** - Les fournisseurs SaaS offrent habituellement de nombreuses options d'abonnement et la possibilité de modifier les abonnements selon les besoins, par exemple lorsque votre entreprise se développe ou que plus d'utilisateurs ont besoin d'accéder au service.

Le modèle SaaS présente parfois certaines **lacunes**, notamment

- **Manque de contrôle** - les applications logicielles internes donnent aux entreprises un degré de contrôle plus élevé que les solutions hébergées où le contrôle appartient à une tierce partie. En règle générale, tout le monde doit utiliser la dernière version de l'application logicielle et ne peut pas différer les mises à niveau ou les modifications apportées aux fonctionnalités.
- **Problèmes liés à la sécurité et aux données** - la gestion des accès et la confidentialité des informations sensibles constituent un facteur important pour le cloud et les services hébergés.
- **Gamme d'applications limitée** - alors que le SaaS gagne en popularité, de nombreuses applications n'offrent toujours pas de plate-forme hébergée.
- **Exigence de connectivité** - le modèle SaaS étant basé sur le Web, en cas de défaillance de votre service Internet, vous perdrez l'accès à vos logiciels ou données.
- **Performances** - Le SaaS peut s'exécuter à des vitesses un peu plus lentes que les applications client/serveur sur site. Par conséquent, gardez à l'esprit les performances, car votre logiciel n'est pas hébergé sur un ordinateur local.
- **Le coût** - Comme dit plus haut, le prix est inférieur lors de la mise en place, mais les abonnements prennent souvent en compte votre nombre d'utilisateurs, donc lorsque votre entreprise évoluera, le coût de votre solution aussi.



Les **applications sur-mesure** sont basées sur une **approche totalement personnalisée**.

Ce type de développement implique que l'on traduise avec précision votre vision et que l'on définisse des exigences particulières et détaillées à satisfaire. Cela **nécessite une planification précise** des étapes de mise en œuvre du projet avec une forte implication de votre part.

Il y a de très bonnes raisons pour lesquelles de nombreuses entreprises optent pour des logiciels sur mesure.

Voici quelques exemples :

- **Votre application sera imaginée et codée pour vous.** Elle répondra parfaitement et complètement à vos besoins. Contrairement aux solutions du marché qu'il faut souvent additionner pour obtenir une solution adaptée à votre structure.
- **Votre application permettra un interfaçage optimal** avec les autres outils et systèmes informatiques de votre entreprise.
- **Elle sera plus à même de sécuriser les informations** sensibles déjà présentes dans votre structure.
- **Votre application vous appartient**, le prix ne se modifiera pas en parallèle de l'évolution de votre société, contrairement aux outils actuels sur le marché qui sont facturés au nombre d'utilisateurs.
- Comme dit précédemment, votre application métier vous appartient, le code source représente donc un **actif numérique valorisable** contrairement aux licences des solutions sur le marché.

Comme vous pouvez le constater, il existe de nombreuses raisons de choisir un logiciel sur mesure. Cependant, ce type de solution n'est pas sans inconvénients :

- **Le temps** - la création d'applications personnalisées peut prendre beaucoup de temps. Comme le logiciel sera créé à partir de rien, cela peut prendre plus de temps que d'ajuster une application standard. Elle nécessite également une phase d'études significative (cahier des charges, spécifications fonctionnelles, maquettage...)
- **Des investissements plus importants au stade initial** - Il va sans dire que l'approche individuelle et l'expertise ont un prix. Par conséquent, vous devrez investir plus d'argent au lancement du projet.

En résumé, un développement sur-mesure représente le plus souvent un budget et un délai d'implémentation supérieurs à ceux d'une solution du marché, pour peu qu'elle existe.

En contrepartie, un **développement sur-mesure vous offre des possibilités pratiquement illimitées** et répondant précisément à vos besoins, tout en constituant un patrimoine numérique à l'actif de votre entreprise.

Attention, une application web ou mobile métier entraîne de nombreuses opportunités pour votre société, mais aussi son lot de dangers, notamment au niveau de la sécurité.



PROTÉGEZ VOTRE ENTREPRISE À L'HEURE DE LA RÉVOLUTION NUMÉRIQUE

De nos jours, rares sont les entreprises qui font des affaires sans l'aide d'applications web ou mobiles, dont **beaucoup stockent, affichent ou transmettent des données sensibles**.

Une application professionnelle qui n'inclut pas de **protections de sécurité appropriées** peut mettre en danger les ressources de l'entreprise et les informations personnelles, ce qui peut entraîner des amendes, des poursuites et une réputation ternie.

Vous trouverez ci-dessous cinq éléments d'une check-list de la sécurité des applications web et mobiles que les équipes de développement doivent utiliser lors de la création d'applications métier.

Pensez à la sécurité dès le départ



En pensant à la **sécurité dès le début du projet**, vous éviterez d'inévitables corrections qui seront plus coûteuses et gourmandes en temps que si elles avaient été pensées dès le départ.

Lorsque l'on tente de réintégrer la sécurité dans une application mal conçue, des problèmes de performances, des processus métier perturbés et une expérience utilisateur dégradée peuvent en résulter.

Les développeurs doivent considérer la sécurité des applications comme l'une des priorités du projet depuis le tout début ; il ne suffit pas de prévoir que l'on y pensera tout au long de chaque phase du processus de développement.

Envisagez de désigner au moins une personne pour superviser une check-list de la sécurité des applications au cours des étapes de développement et de déploiement.

Comprendre les plateformes et les Frameworks



La plupart des **applications mobiles** s'exécutent désormais sur les terminaux Google Android ou Apple iOS. Les organisations doivent souvent créer des applications qui ciblent ces deux plateformes.

Les développeurs doivent comprendre parfaitement le fonctionnement de la sécurité dans chaque système d'exploitation ciblé et les risques liés à l'utilisation de fonctionnalités telles que l'appareil photo ou le GPS.

Il en est de même pour les différents **frameworks utilisés pour le développement web**.

Les équipes de développement doivent également rechercher et évaluer toute autre technologie utilisée pour créer leurs applications, y compris les bibliothèques de logiciels, les interfaces de programmation (API), les kits de développement de logiciels (SDK) et les infrastructures multiplateformes.

Déterminez si les technologies ont des problèmes de sécurité connus, dans quelle mesure elles ont été mises en œuvre et ce que la communauté du développement en dit.

Implémenter une authentification et une autorisation fortes



L'une des étapes les plus importantes de la check-list de la sécurité des applications web et mobiles consiste à **mettre en œuvre des mécanismes d'authentification et d'autorisation** solides qui prennent en compte les fonctionnalités de confidentialité, de gestion de session, de gestion des identités et de sécurité des appareils.

Idéalement, l'application doit également appliquer l'**authentification multi-facteurs**, plutôt que de s'appuyer uniquement sur les noms d'utilisateur et les mots de passe.

Lors de la configuration de ces mécanismes, l'équipe doit utiliser des technologies éprouvées telles que le **cadre d'autorisation OAuth 2.0** ou le **protocole OpenID Connect**, et implémenter les versions les plus récentes. De plus, l'équipe doit protéger les données d'authentification, telles que les mots de passe, à chaque étape du processus d'authentification.

Si une application traite des **données hautement sensibles**, les développeurs doivent demander aux utilisateurs de se connecter à chaque nouvelle session.

Assurer des communications sécurisées



Les applications professionnelles communiquent régulièrement avec d'autres systèmes, tels que des serveurs, des services cloud ou d'autres applications.

Lorsque vous complétez une check-list pour la sécurité des applications web ou mobiles, assurez-vous que celle-ci **protège toutes les données sensibles** en mouvement, même si toutes les communications ont lieu à l'intérieur du pare-feu de l'entreprise.

Le cas échéant, l'application doit **utiliser des technologies telles que le protocole SSL** (Secure Sockets Layer) ou **TLS** (Transport Layer Security) et disposer d'un processus de validation des certificats de sécurité. L'équipe de développement doit envisager si possible l'utilisation de certificats ou une autre couche de **chiffrement** au-dessus de SSL ou TLS.

En outre, l'équipe de développement doit **sécuriser toutes les API utilisées** par l'application. L'équipe peut également envisager des technologies telles que les réseaux privés virtuels (VPN), les jetons Web JSON ou les fonctionnalités de sécurité spécifiques à la plate-forme.

Par exemple, **iOS inclut App Transport Security**, une fonctionnalité qui oblige les applications à utiliser HTTPS (Hypertext Transfer Protocol Secure) lors de la connexion à certains services. L'équipe doit également s'assurer qu'aucune donnée sensible n'est exposée par le biais de notifications push, de messages texte ou d'autres formes de communication.

Protégez les données d'application sur l'appareil



Les développeurs doivent supposer que le service informatique peut **recupérer toutes les données écrites sur un périphérique**.

Dans la mesure du possible, ils doivent **éviter de stocker des données sensibles sur le périphérique**. Si nécessaire, les développeurs et le service informatique doivent le chiffrer où qu'il se trouve, que ce soit dans des fichiers, des bases de données ou d'autres sources de données.

Les développeurs doivent utiliser les technologies de cryptage les plus récentes et les plus éprouvées, telles que l'**algorithme de clé symétrique Advanced Encryption Standard 256 bits**.

Les développeurs doivent également prendre en compte la **gestion des clés de cryptage** dans la stratégie de sécurité de l'application.

Lorsque l'application doit afficher des données sensibles, les développeurs doivent les masquer le cas échéant, en exposant uniquement les éléments nécessaires, tels que les quatre derniers chiffres d'une carte de crédit ou d'un numéro de Sécurité sociale.

L'équipe doit **protéger les informations personnelles et tenir compte des réglementations et normes du secteur, telles que RGPD**.

Préférez le CYOD au BYOD



CYOD (« Choose Your Own Device ») est une option de plus en plus populaire auprès des grandes organisations. Contrairement au **BYOD** où l'utilisateur peut utiliser n'importe quel appareil, les organisations définissent la liste des périphériques qui pourront être utilisés.

Les **périphériques préconfigurés** doivent fournir toutes les applications nécessaires à la productivité des employés. En définissant la liste des appareils parmi lesquels ses employés peuvent choisir, une entreprise sait exactement quelles sont les dispositions de sécurité de chaque appareil.

La société sait également quelle version du logiciel est utilisée par chaque périphérique. Elle peut être sûre que ses propres **applications et logiciels sont compatibles et cohérents** dans l'ensemble de l'entreprise.

Avec le modèle COPE (Corporate Owned, Personally Enabled) les entreprises paient également pour les smartphones de leurs employés, mais généralement avec un **modèle d'appareil unique** permettant de **réduire le coût de développement des applications métier**.

Besoin d'approfondir ?

Découvrez notre vidéo pour lancer avec succès votre application.





UTILISEZ LE PLEIN POTENTIEL DES APPLICATIONS MOBILES NATIVES

Les **applications mobiles natives** sont développées pour une plate-forme particulière, tirant pleinement parti du logiciel et des fonctionnalités du **système d'exploitation**. Ces applications peuvent accéder directement au matériel de l'appareil, tel que le GPS, la caméra, le microphone, etc.

Les exemples d'applications mobiles natives vont des **programmes de navigation**, tels que Waze pour le grand public, aux **applications de localisation** pour de grands groupes comme Syngenta.

Prenons par exemple l'**application Proximaïs du groupe Syngenta**.

Elle permet grâce au système GPS du téléphone de localiser, pour les techniciens sur le terrain, les différentes parcelles à désherber.



Nous avons fait évoluer l'application existante pour délivrer une solution aux conseillers en cultures qui puisse être utilisable au champs, en mobilité, quelque-soit la qualité de la connexion réseau disponible.

La connexion à l'application est sécurisée et individuelle. Nous avons développé une application simple, rapide à utiliser et personnalisable par l'utilisateur.

Il existe de **nombreuses fonctionnalités** natives sur les smartphones :

- Position géographique grâce au GPS,
- Prise de photos et vidéos,
- Scan de codes-barres, QR code, datamatrix, etc,
- Connexion Bluetooth avec d'autres appareils : objets connectés, puce RFID, capteurs, etc.
- La réalité augmentée grâce à la caméra,
- L'**aide à la décision avec une Intelligence Artificielle**,
- Les notifications push et/ou SMS,
- La recherche vocale grâce au micro,
- L'accéléromètre qui détecte le mouvement.

Le site mobile de Warby Parker permet, par exemple, aux acheteurs de voir plusieurs vues de produits en inclinant simplement leurs appareils à gauche et à droite.

Tous ces points peuvent apporter **une plus-value à votre application**.

Le développement est un point essentiel de votre application mobile, mais il serait faux de penser que tout le travail doit s'arrêter une fois l'application métier développée.



ET APRÈS LE DÉVELOPPEMENT DE VOTRE APPLICATION ?

Bien comprendre les plateformes mobiles



Le déploiement d'une **application web** est souvent assez simple ; c'est un peu plus contraignant pour une application mobile.

Il y a quelques années, créer une application mobile était réservé aux entreprises les plus avancées technologiquement pour se distinguer de la concurrence.

Aujourd'hui, le développement d'applications est devenu un élément fondamental pour **répondre aux attentes des consommateurs**.

Cette application doit tout de même être hébergée quelque part pour que les utilisateurs puissent la télécharger. C'est là que les plateformes mobiles, que vous connaissez, apparaissent :

App Store et Google Play.

Pour que vos utilisateurs puissent télécharger vos applications sur les stores mobiles, il est essentiel de créer un compte développeur sur les différents stores (Apple Store et Google Play).

Il vous appartient de décider sur quels stores sera présente votre application. Dans le cas où vous sous-traitez le développement de votre application, n'oubliez pas d'**indiquer les plateformes choisies** dans le cahier des charges fonctionnel de votre application.

Si vous ne savez pas quelle plateforme choisir, votre prestataire pourra vous accompagner dans le choix de votre plateforme d'hébergement.

Il est nécessaire de bien se renseigner sur chaque plateforme, notamment concernant les achats in-app (achats effectués dans votre application). Faire un choix de plateformes mobiles peut être un vrai casse-tête et dépend essentiellement de vos utilisateurs et des objectifs de votre projet.

Héberger une application mobile Android



Android est le **système d'exploitation leader sur le marché** actuellement et sa plateforme mobile de téléchargement d'application est la plus utilisée.

Développé par Google, Android est présent sur la majorité des téléphones et tablettes du marché. Ce système d'exploitation est **prisé des développeurs**, c'est pourquoi des centaines d'applications Android sont publiées chaque jour.

Attention toutefois, **Apple reste leader dans certains pays**.

Par exemple, en France, en 2024, le système d'exploitation iOS représente environ 28% de part de marché, contre environ 71% pour Android.

Vous devez aussi prendre en compte que le **revenu moyen** d'une application Android est bien inférieur à une application Apple. Son revenu est de 100 – 200 € contre 500 – 1000 € sur iOS.

Autre point important concernant les utilisateurs Android : la **rétro-compatibilité**.

Seulement 13% des smartphones Android utilisent la dernière version Android 14 en mai 2024, la rétrocompatibilité des applications Android est donc à prendre en compte lors du développement.

Héberger une application mobile iOS



App Store

Le système d'exploitation ou iOS d'Apple est uniquement supporté sur les téléphones et tablettes de la marque.

La société Apple Inc. ne délivre pas de licence iOS pour l'exploitation de matériel tiers. iOS est **reconnu pour différentes fonctionnalités** mobiles telles que :

- les paiements grâce à Apple Pay
- la reconnaissance faciale pour déverrouiller son téléphone, une fonctionnalité datant de 2017
- la vidéo avec la fonctionnalité "slow motion" (enregistrement de 60 images par seconde)
- la musique avec les meilleures caractéristiques techniques du marché

L'accès au store d'Apple est un peu plus cher, il faut tout de même déboursier 99 € par an pour obtenir votre propre compte développeur.

Par exemple, les utilisateurs Apple ne sont pas friands de publicités. Mais, ils sont **prêts à payer pour une application mobile**, ce qui est moins le cas des utilisateurs Android.

De plus, due aux mises à jour régulières proposées par Apple, vous avez une forte probabilité pour que votre application n'ait **pas de problème de rétrocompatibilité** sur les anciens téléphones iOS.

Anticipez la publication de votre application



Le piège est d'y penser trop tard et de bâcler la publication de votre application par manque de temps. Cela nuirait à votre image et au succès de votre application mobile. Ci-dessous quelques points à vérifier et à mettre en place soigneusement.

Utilisez un compte développeur à votre nom

Contrôlez bien que le **compte est à votre nom** et ne fait pas partie d'une offre mutualisée. Pour cela, vous devez créer vos propres comptes développeurs sur les différentes plateformes, [Google Play Console](#) et [App Store Connect](#).

Avoir votre propre compte vous permettra d'avoir la main sur les **statistiques**, les avis ou encore les **fiches de présentation** de votre application mobile.

Prévoyez les coûts de chaque store : Google Play et Apple Store

S'inscrire sur les plateformes et publier des applications mobiles se fait à faible coût.

- Google Play demande un **tarif unique de 25 euros**. Ce montant est valable à vie.
- L'Apple Store requiert un **abonnement à l'année de 99 euros**. Ce tarif, renouvelable chaque année, permet d'obtenir des statistiques avancées, des rapports chaque semaine par e-mail ou encore d'avoir un support plus ou moins réactif selon les demandes.

Soignez les visuels de vos fiches

Pour que les utilisateurs téléchargent votre application mobile, vous devez leur donner envie. Cela commence par la **présentation de votre application mobile**, notamment par les visuels de la fiche des stores mobiles Apple et Google Play.

En 20 secondes, voire moins, vous devez **convaincre l'utilisateur**.

Le premier visuel doit donc être original et tape-à-l'œil. Voici quelques conseils à appliquer :

- Jouez avec les couleurs
- Prenez des captures d'écran en haute définition
- N'écrivez pas plus d'une ou deux lignes de texte

La meilleure tactique est d'expliquer en 4-5 visuels le fonctionnement de votre application et quel bénéfice l'utilisateur pourra en retirer (confort, gain de temps, gain d'argent, etc.).

Rédigez un contenu original et riche

Tout comme les visuels, **le texte doit convaincre et être enrichi au maximum**. La longueur maximale de la description de votre application mobile est de 4000 caractères.

Vous avez donc un espace conséquent pour détailler votre application.

Pensez surtout à **préciser votre site internet, une adresse e-mail de support technique ou encore vos profils de réseaux sociaux**.

Optimisez le référencement

Apple Store vous permet d'intégrer **100 caractères de mots-clés** dans la fiche de présentation de votre application mobile. Contrairement à Google Play qui mise tout sur la **description** de votre application.

Comme pour le web, entretenez-vous avec votre responsable marketing ou votre conseil pour réfléchir à une stratégie de mots-clés principaux sur lesquels se placer.

Pensez au délai de publication

Ayez bien en tête que la **publication n'est pas immédiate**.

Même si le store **Google Play** est plutôt **rapide** (publication de l'application dans la journée), sur Apple Store, c'est une tout autre histoire. En règle générale, il faut compter **2 jours** pour que l'équipe Apple vérifie votre application et la valide avant qu'elle ne soit disponible dans le store.

Pensez donc à ce délai avant de vous engager sur une quelconque date. D'autant plus que vous n'êtes jamais à l'abri d'un refus pour un oubli d'informations dans la fiche, pour un conflit de nom avec une application existante, etc.

Cela serait mal vu d'annoncer une application et qu'au final, elle ne soit pas disponible à la date prévue ! Pour vous aider dans cette stratégie de référencement sur les stores (aussi appelé **ASA / ASO**), vous pouvez être accompagné par un prestataire.



Lorsque votre application web ou mobile est prête, il faut pouvoir **la tester à fond**.

Votre prestataire aura **réalisé ses propres tests** et devrait vous donner accès à un environnement dit de « recette » qui permettra à votre équipe de procéder à vos propres tests.

Cette étape importante est assez souvent sous-estimée. Elle nécessite de **réfléchir aux scénarios** de tests, de mettre en place les conditions des tests (en particulier si l'application est liée à d'autres applications) et de prendre le temps de les effectuer correctement.

Cela peut représenter **10 à 20 % environ du temps de fabrication** : pour une application qui demande 30 jours de fabrication, vous pouvez compter entre 3 et 6 jours de tests.

Faites la promotion de votre application



Commencez la **promotion de l'application** avant son lancement officiel

Votre **application web ou mobile métier** devra être connue de ses utilisateurs avant sa sortie. Ils devront être prêts à l'utiliser le plus rapidement possible. Pour cela, il est important de former vos collaborateurs à ce nouvel outil.

Votre prestataire peut vous aider à former vos équipes. Dans ce cas, vérifiez bien que **la formation à l'application est comprise dans le prix global** de la prestation.

Plus vos équipes utiliseront votre application rapidement, plus la transition digitale sera simplifiée. Pour cela, organisez des **sessions de formations** régulières et communiquez bien par e-mail les informations sur les mises à jour et les modifications de l'application.

L'idéal serait que votre responsable marketing assiste à la formation fournie par votre prestataire afin qu'il crée une documentation détaillée de l'application. Celle-ci sera ainsi envoyée par la suite par e-mail à toutes vos équipes.

Votre application implique vos clients : prévenez-les !

Puisque vous êtes déjà présent sur le web, vous avez certainement un portefeuille-clients fourni. Utilisez cette base de données pour envoyer une **newsletter** à tous vos clients existants.

Prévoyez le tout avec votre responsable marketing afin qu'une campagne e-mailing soit envoyée en amont du lancement et une autre lorsque l'application est lancée officiellement.

Ne négligez pas la base de données des clients potentiels constituée grâce aux e-mails récupérés via votre page de lancement dont nous avons parlé plus haut.

Maintenez votre application à jour

Il est essentiel, pour que votre **application soit pérenne**, de la maintenir régulièrement à jour. Puisez dans les retours des utilisateurs pour corriger des bugs ou ajouter des fonctionnalités utiles. Sachez que votre prestataire peut garantir votre application pour une durée précise, un an par exemple.

Ainsi, il s'occupera de corriger les différents bugs qui surviendront. Au-delà, il vous proposera un **contrat de maintenance**. Ce contrat vous permet d'améliorer et de mettre à jour votre application. Comme vous vous en doutez, ce service n'est pas gratuit.

En règle générale, le **prix est forfaitaire** et vous devrez déboursier 15 à 20% du prix de l'application chaque année. Mensuellement, vous aurez donc une facture à payer, et cela, même si votre prestataire n'a pas effectué de modifications durant le mois.

Voilà pourquoi nous vous conseillons d'opter pour un contrat de support qui ne vous sera facturé qu'en fonction des interventions effectivement réalisées.

Faites évoluer votre application



Une application web ou mobile ne reste pas figée, elle doit évoluer dans le temps. Par ailleurs, il est nécessaire que ces évolutions et modifications se déroulent sans encombre.

C'est pourquoi il est important de choisir le bon prestataire dès le départ.

Le meilleur des scénarios est de prévoir à la rédaction initiale du cahier des charges une version 1 et une version 2 (éventuellement version 3, 4, etc.). Ainsi, vous avez déjà une **vision globale du projet**.

Exemple d'évolutions à prendre en compte dans un cahier des charges :

- Version 1 : Connexion à l'application avec une adresse e-mail et un mot de passe
- Version 2 : Connexion hors ligne pour les endroits avec un faible réseau
- Etc.

À défaut, il suffira de rédiger des **spécifications fonctionnelles** ou, si nécessaire, un nouveau cahier des charges, avec des maquettes pour chaque nouvelle fonctionnalité et pour chaque changement.

Si la modification est comprise dans votre contrat de **maintenance évolutive**, c'est l'idéal. Sinon, **demandez bien un devis pour chaque évolution** que vous envisagez.



COMMENT SAVOIR SI VOTRE APPLICATION EST UN SUCCÈS ?

Les KPI sont les indicateurs qui mesurent la **performance de votre application**.

Certains paraissent évidents tels que le nombre d'installations pour les applications mobiles. Mais ce n'est pas suffisant. Le taux de téléchargement mesure seulement une étape dans le parcours de l'utilisateur.

Il est donc important de coupler les indicateurs de performance afin de **mesurer l'engagement de vos utilisateurs, la rétention ou encore la Life Time Value de votre application**.

Temps passé sur votre application



Si le **temps passé sur votre application est court**, c'est peut-être un signe de problèmes de navigation ou d'ergonomie. Surtout si votre application propose du contenu riche et en grand nombre.

Si la durée de session diminue dans le temps, votre utilisateur n'a sûrement plus les mêmes besoins ou votre application métier n'est probablement plus aussi pertinente qu'au départ.

Il est temps de vous **renouveler** !

Fréquence d'utilisation



La **fréquence d'utilisation** est également un bon KPI pour mesurer l'engagement de votre utilisateur. Si celui-ci revient de manière répétée dans votre application, il semblerait qu'il soit intéressé et assidu.

Segmentez pour différencier vos utilisateurs occasionnels et réguliers. Observez chacun de leur comportement.

À quels moments votre utilisateur ouvre-t-il votre application ? Sur smartphone ou sur tablette ? Etc.

Fixez un objectif d'utilisation répétée et travaillez sur les moyens de multiplier les interactions avec vos utilisateurs.

Vos utilisateurs actifs quotidiens ou mensuels sont vos utilisateurs cibles. Étudiez leur chemin dans votre application et de quelle manière ils l'utilisent.



Analysez vos **taux d'abandon**. Notamment en identifiant les écrans qui affichent un taux anormalement élevé.

Si des bugs ou des crashes de l'application ont été reportés, étudiez-les attentivement. Faites appel à votre prestataire pour les corriger.

Exemple de statistiques sur le store Google Play ⬇



Expérience utilisateur



L'expérience de vos utilisateurs dans votre application peut également être très révélatrice de leur satisfaction.

Le fait que votre utilisateur ouvre l'application et l'utilise pendant 5 minutes, ne signifie pas qu'il est enjoué de le faire.

Passe-t-il 5 minutes à chercher le contenu ou la fonctionnalité qu'il recherche ? Est-il frustré ?

Pour les applications mobiles, les notes et les avis qui figurent sur les plateformes Google Play et Apple Store vous aideront dans un premier temps à comprendre les anomalies et à **apprendre des retours que vous récolterez**.

Il est nécessaire de regarder également les commentaires des crashes de l'application, les bugs reportés, le temps de chargement de l'application...



BÉNÉFICES ET CONCLUSIONS

Il existe **plusieurs raisons** de concevoir votre propre application métier, cela dépend essentiellement des besoins de votre entreprise.

Malgré les coûts de développement parfois importants, le développement d'une **application métier ou d'un logiciel sur mesure** offre un très bon ROI (retour sur investissement).

Au-delà d'une augmentation de la productivité, le développement d'une application métier propriétaire offre plusieurs avantages à votre entreprise.

Être vecteur d'innovation



Certains secteurs d'activités sont parfois si particuliers que **les logiciels disponibles sur le marché ne suffisent pas**.

Aucun logiciel ne correspond totalement à vos besoins et vous les multipliez afin de couvrir l'ensemble de vos besoins.

Votre entreprise peut être source d'innovation en développant **un logiciel sur mesure** qui répondra à 100 % de vos besoins.

Évidemment, développer votre application métier vous permet également de bénéficier des dernières technologies !

Accélérer le traitement des données



La conception d'un outil métier web, donne aussi la capacité à votre entreprise d'**optimiser le traitement des données**.

Les données sont aujourd'hui une ressource stratégique pour beaucoup d'entreprises. Développer votre application métier vous permet de stocker vos données sur différents serveurs plutôt qu'en interne.

Vous gagnerez alors en capacité de stockage, de traitement et d'analyse.

Offrir une meilleure expérience utilisateur



Si vous décidez d'offrir une **nouvelle expérience utilisateur** à vos collaborateurs, ils seront plus productifs.

Le travail sur l'interface utilisateur est crucial, il permet de rendre certaines tâches plus simples à réaliser et d'automatiser les plus chronophages (comme la gestion des données par exemple). Avec une solution sur mesure, tout le monde y gagne !

La conception d'une interface utilisateur claire et sur-mesure permet par ailleurs d'**accélérer la conduite du changement**. En effet, il ne faut pas oublier que la conduite du changement doit faire partie intégrante de votre stratégie de déploiement.



Aujourd'hui, plus que jamais, la **sécurité de votre réseau doit être au centre de vos préoccupations**. Une faille de sécurité peut coûter très cher à votre entreprise.

En développant votre propre application métier, vous vous assurez d'utiliser les dernières technologies et de **réduire les failles** liées à l'absence de support de certains éditeurs. Vous vous assurez également de minimiser les failles liées à l'obsolescence des technologies utilisées.

La **transformation numérique est un projet de grande envergure**. Si cela est fait correctement, cela produira une entreprise plus alignée sur les demandes des clients et résiliente dans un avenir numérique en mutation rapide.

Besoin d'approfondir ?

Découvrez notre playlist vidéo pour lancer avec succès votre application.



LES SERVICES AXIOCODE

DÉVELOPPEMENT D'APPLICATIONS ET LOGICIELS SUR-MESURE

Une application sur-mesure est la seule application qui sera en mesure de répondre à l'ensemble de vos besoins de manière optimale, même si ces derniers sont très spécifiques.

Elle permet en outre d'améliorer la communication et de maximiser la productivité de votre entreprise et vos équipes.

L'application métier disponible depuis le web présente aussi l'avantage d'être accessible à tout moment et depuis l'ensemble des terminaux. Le développement d'une application métier vous assure également l'utilisation des technologies les plus récentes et donc un potentiel avantage concurrentiel.

D'autant plus que les applications métiers innovantes peuvent entrer dans le cadre du Crédit d'Impôt Innovation. Cette mesure fiscale peut vous faire économiser jusqu'à 30% en crédit d'impôt.

Vous souhaitez en savoir plus sur le développement de votre application métier ? Vous vous sentez perdus dans ce flot d'informations ? Vous avez un projet numérique et souhaitez être accompagné ?

Nous pouvons vous aider !

Réservez un entretien avec l'un de nos experts.

Nous contacter >



Des applications sur-mesure



ANALYSE

Une analyse précise de vos besoins : nos experts vous proposent la solution optimale en fonction du besoin exprimé.



EXPERTISE

Notre expertise technique : votre solution est 100% sur-mesure et évolutive, avec des fonctionnalités modulables et adaptables.



TESTS

Des tests approfondis : testez votre solution avant-même la livraison définitive.

Ils nous font confiance





Des applications de qualité, délivrées à temps, au meilleur coût



DEVELOPPEMENT WEB ET MOBILE SUR MESURE

Quelle que soit la nature de votre projet : logiciel de gestion sur mesure, plateforme de mise en relation, plateforme de réservation, site web, intranet, application mobile, CRM, solution e-commerce, etc, nous vous accompagnons tout au long de vos projets et vous fournissons des solutions personnalisées, adaptées à vos besoins.



DOMAINES D'EXCELLENCE

- Développement d'applications métiers
- Modernisation applicative, conseil et accompagnement
- Géolocalisation, cartographie web
- Gestion des flux monétiques
- Intégration de modèles d'IA : Gemini, ChatGPT, ...
- Plateformes de mise en relation B2B, B2C
- Développement natif Android et Apple
- Systèmes de planification et de réservation
- Outils e-commerce, CRM, ...
- Intégration complète avec votre système d'information

Prendre rendez-vous avec un de nos experts >

RÉALISER L'AUDIT DE VOTRE APPLICATION



Vous souhaitez réaliser l'audit de votre application web ou mobile ?

N'hésitez pas à nous contacter.

Le diagnostic et les premiers échanges avec nos experts sont gratuits.

Cette première étape va permettre de définir les premiers travaux d'audit à réaliser répondant spécifiquement aux contraintes de votre système d'information et à vos besoins de digitalisation.

Suite au résultat de votre diagnostic, nous en mesure de **définir les travaux nécessaires** permettant de répondre à vos problématiques.

Nos spécialistes sont en mesure de vous fournir un audit complet et précis de votre application, comprenant tous les points évoqués précédemment, à savoir :

- un **audit fonctionnel**, afin de déterminer si les fonctionnalités métier clé sont complètes et que les bonnes pratiques sont respectées pour garantir la pérennité fonctionnelle de l'application,
- un **audit technique** comprenant un inventaire technologique, une évaluation d'obsolescence des technologies utilisées, une analyse du code source et une liste des failles de sécurité, une évaluation de la couverture des tests, de la documentation, du processus de développement et de déploiement,
- un **audit RH** dresse un état des ressources humaines affectées à l'application. Un audit des ressources humaines et des compétences métiers est crucial pour garantir que vos projets restent performants et alignés sur les objectifs stratégiques de votre entreprise.
- un **audit financier**, soit une estimation de la valeur financière de l'application, des délais et des coûts de remplacement, de mise à niveau ou d'isolement.

En fin d'audit, nous vous remettrons **un rapport d'audit**.

Nous échangerons sur les résultats de l'audit et prendrons en compte les contraintes spécifiques à votre système d'information pour vous **présenter nos recommandations** d'implémentation et notre proposition de feuille de route.

Prendre rendez-vous avec un de nos experts >

Contact



NOUS CONTACTER



03 67 67 46 12



contact@axiocode.com



www.axiocode.com



57 rue Lothaire, 57000 Metz

Je prends rendez-vous avec un expert >

NOUS SUIVRE SUR LES RESEAUX SOCIAUX



@axiocode

