



Si un grand nombre n'a pas encore réalisé d'initiatives particulières pour communiquer via le téléphone, le retour sur investissement positif enregistré par celles qui se sont lancées dans la course a de fortes chances de pousser les autres à investir dans le domaine.

Sur cinq cents petites entreprises (de moins de cent salariés) sondées aux États-Unis par Web.com, 60% affirment posséder un **site internet**. Et bien que 26% d'entre elles ont fait en sorte que ce **site** puisse être facilement visité à partir d'un téléphone mobile, seules 14% ont mis à disposition de leurs clients un **site web** spécialement configuré pour les mobiles. Un retard par rapport au plus grandes entreprises qui devrait être vite rattrapé, selon le rapport, aux vues des résultats constatés par les petites entreprises primo-adoptantes d'une **stratégie marketing mobile**. Ainsi, 84% d'entre elles ont constaté une réelle augmentation de leur activité depuis l'intégration d'une telle **stratégie**.

Gains financiers vs manque de moyens

Et ses résultats sont effectivement pris en compte par les autres petites entreprises. En effet, le sondage dévoile que 69% estiment qu'il y aura un boom de ce genre de **stratégies marketing** dans les cinq années à venir et envisagent d'allouer cette année un budget tout spécialement pour celles-ci. Alors qu'est-ce qui retient les entreprises de commencer à intégrer le **marketing mobile** ? Le rapport pose également la question et révèle sans surprise qu'en priorité cela proviendrait d'un manque de moyens et de temps de la part de ces petites structures. Et au second rang se place évidemment le budget bien que 64% se disent prêtes à dépenser plus pour leur actuelle **stratégie marketing mobile**.

Attirer une clientèle plus locale

Selon David Brown, président directeur général de Web.com, « *une telle présence dans le domaine mobile peut se révéler un avantage compétitif pour les petites entreprises pour attirer un clientèle nouvelle et plus locale* ». D'ailleurs, lorsqu'il leur est demandé pour quelles raisons, les futures utilisatrices du mobiles vont se tourner vers celui-ci cette année l'aspect local arrive à la deuxième avec 36%. En premier, on retrouve également le fait d'offrir de meilleurs services à une clientèle déjà existante (38%) et en troisième, avec 34%, le fameux avantage compétitif. Le rapporte note enfin la nécessité pour les petites entreprises possédant un **site** accessible aux mobiles de mettre en place une **stratégie** de **visibilité** pour les smartphones. En effet, 62% des petites entreprises interrogées ont l'impression de passer à côté des consommateurs essayant de les trouver via un smartphone.

Source

: <https://www.atelier.net/trends/articles/marketing-mobile-passe-etre-integre-petites-entreprises-americaines>