



mobincube

Desarrollo una app... ¿Y ahora que?



IVACE

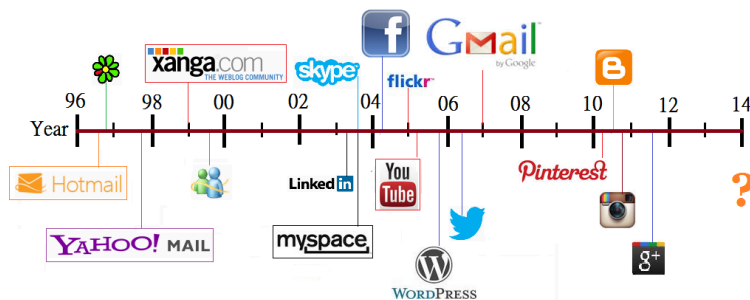


UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo de
Desarrollo Regional

Una manera de hacer Europa

*Proyecto cofinanciado por los Fondos FEDER, dentro del
Programa Operativo FEDER de la Comunitat Valenciana 2014-2020*

- Fundador y CEO de Mobimonto Mobile, empresa desarrolladora del software Mobincube, el primer generador de aplicaciones para smartphones y tablets
 - 900.000 usuarios registrados
 - 70.000 apps terminadas en Mobincube
 - 13.000 apps en Google Play / iOS / Windows Marketplace
 - 5.000.000 de usuarios activos mensuales en las apps
- Fundador de Movilenio Servicios Móviles S.L., en el año 2003, empresa de desarrollo de juegos para móviles.
- Emprendedor en Internet desde 1998, fundando y gestionando empresas como Neo Artis Servicios Informáticos S.L. y Manicomio.com, vendiéndolas en los años 2007 y 2008 respectivamente.
- Director del Departamento de Tecnologías de la Información en el Instituto de Economía Internacional de la Universidad de Valencia, desde 1997 hasta 2002.

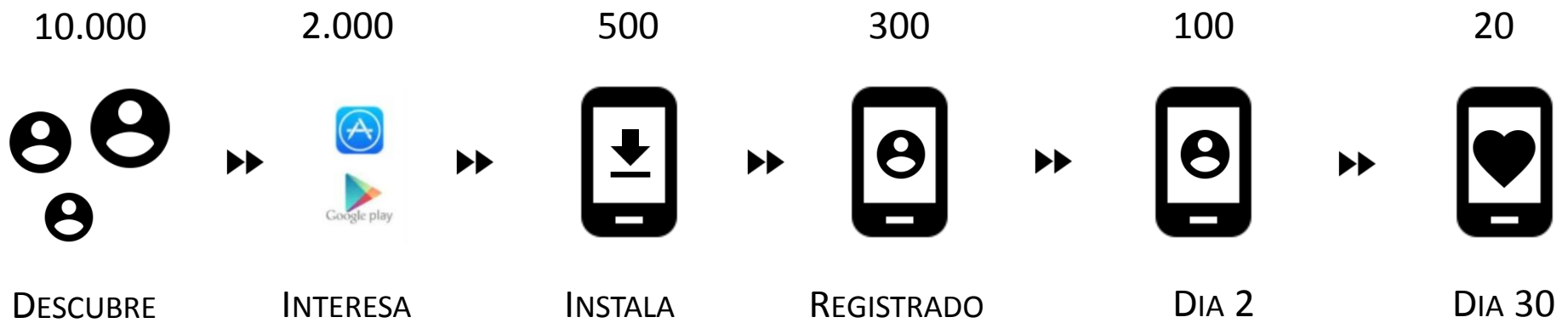


by JONATHAN CHENG



2008

Mapa del ciclo de usuario



1. POSICIONAMIENTO
2. ADQUISICIÓN
3. ACTIVACION
4. RETENCIÓN

Identifica valores: Busca identificar tu marca en una frase

Identifica a los competidores: Quienes son? Que valores transmiten?
Como se diferencian?

Busca las diferencias: ¿Que hace de tu marca algo diferente? ¿Que aporta con respecto a la competencia?

Encuentra un nicho de mercado. Análisis

The image displays two overlapping screenshots from Google. The background screenshot is the Google AdWords 'Planificador de palabras clave' (Keyword Planner) interface. It features the Google logo, 'Anuncios | AdWords', and a navigation bar with 'Iniciar sesión | Crear una cuenta'. A blue banner at the top states 'Para obtener asistencia gratuita, llame al: 900 814 534'. The main heading is 'Planificador de palabras clave de Google AdWords', followed by the text 'Planifique sus campañas de la Red de Búsqueda y averigüe qué buscan sus clientes.' and a blue button 'Iniciar sesión en AdWords'. Below this, a section titled 'Busque nuevas ideas de palabra clave o de grupo de anuncios' explains the tool's purpose and includes a link for 'Más información'.

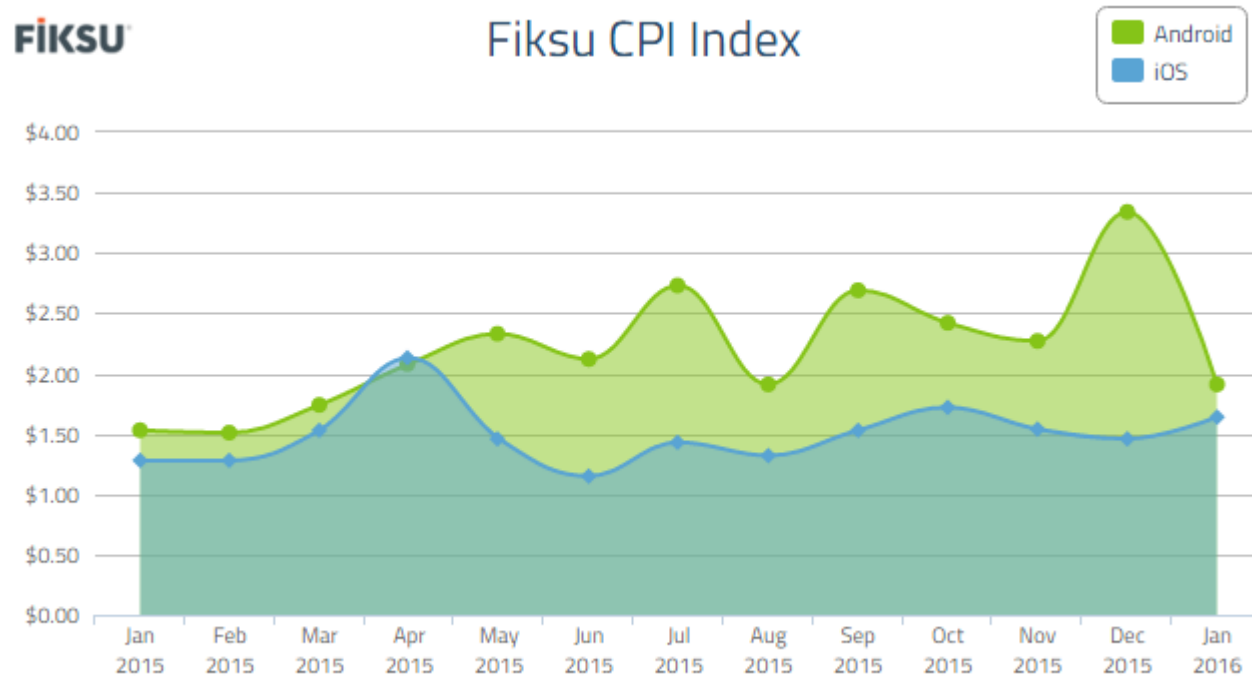
The foreground screenshot is the Google Trends homepage. It shows the Google logo, a search bar, and a navigation bar with 'Tendencias' and the date '13 de marzo de 2015'. A large banner at the top reads 'En 2014 realizamos varios billones de búsquedas. ¿Qué dicen de nosotros estas búsquedas?' with a button 'EXPLORA EL AÑO EN BÚSQUEDAS'. The main content area is divided into three columns: 'Tendencias actuales' (showing searches for Terry Pratchett, Villarreal Sevilla, and Chelsea Psg), 'Listas de búsquedas populares de 2014' (listing Gran Hermano 15, Mundial 2014, La Voz Kids, Ébola, and iPhone 6), and 'Explorar en detalle' (featuring a line chart for 'Búsquedas de temporada sobre snowboard y surf' and a world map for 'Interés mundial en bitcoin').

Más análisis:
Keywords: AppAnnie, MobiledevHQ, Appcodes

Estrategia en función de monetización

METHOD	HOW IT WORKS	WORKS BEST FOR THESE APP TYPES	CONSIDERATIONS
Paid Download	User pays up-front to download your app once it's available in one of the app markets.	- Gaming - Entertainment - Productivity - Navigation - News	- The more users pay up-front, the less tolerant they may be of advertising or in-app purchases - Consider offering a free version plus a paid version with additional content or no/fewer ads
Sponsorship	Individual or business underwrites your app, often in exchange for recognition benefits (ad/logo within the app)	- Locally/Event Focused - Narrow Audience Focus	- Typically a one-shot source of income; not ongoing or scalable - One way to get a first app off the ground
In-App Advertising	Ads run on space sold within your app, revenue is based on number of user impressions & clicks (See below for details on ad networks.)	- Gaming - News - Chat - Entertainment	App needs to bring back users regularly, and for heavy use
In-App Purchases or Subscriptions	User purchases additional privileges, badges, or subscriptions within the app once they've downloaded it	- Gaming - Lifestyle - News	- App requires a loyal following willing to pay for "virtual" or ongoing benefits - Need to regularly provide fresh content

La importancia de una buena estrategia de adquisición



✓ **GROWTH HACKING**

✓ **CONTENIDO**

✓ **SEO**

✓ **ASO**

✓ **VIRALIDAD**

✓ **BLOGS**

✓ **PRENSA**

✓ **SOCIAL MEDIA**

✓ **REFERIDOS**

✓ **CROSS MARKETING**

✓ **ENDORSEMENT**

✓ **SORTEOS**

✓ **PARTNERSHIPS**

✓ **ATENCIÓN AL CLIENTE**

✓ **COMPETICIONES**

✓ **EVENTOS**

IFTTT

+



sniply

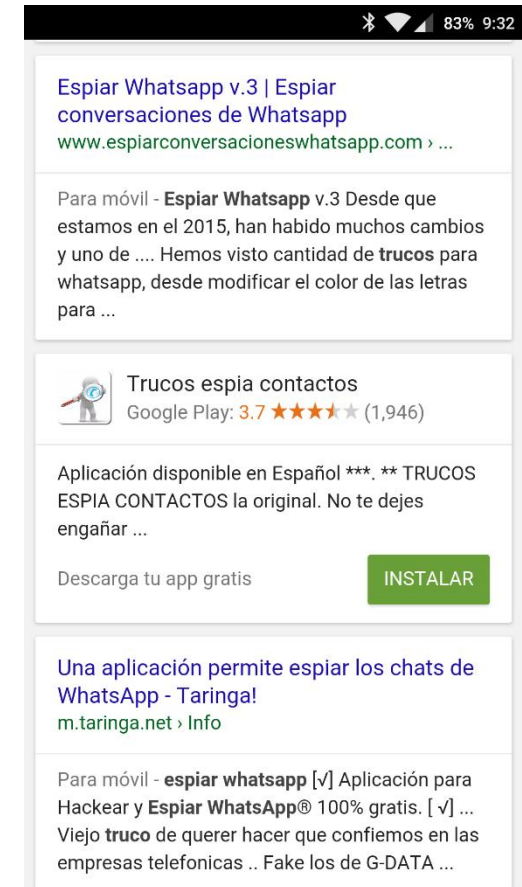
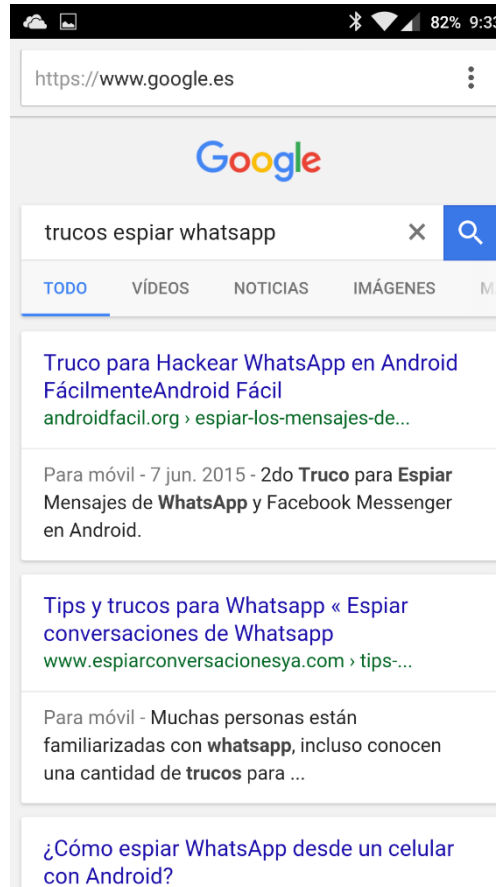
Adquisición Growth Hacks



Links SEO:

YouTube, Blogs, Medium,
RRSS, Webs

App Indexing by Google



Elige nombre correcto

Keywords:

App Store 100 caracteres: ¡úsalos todos!

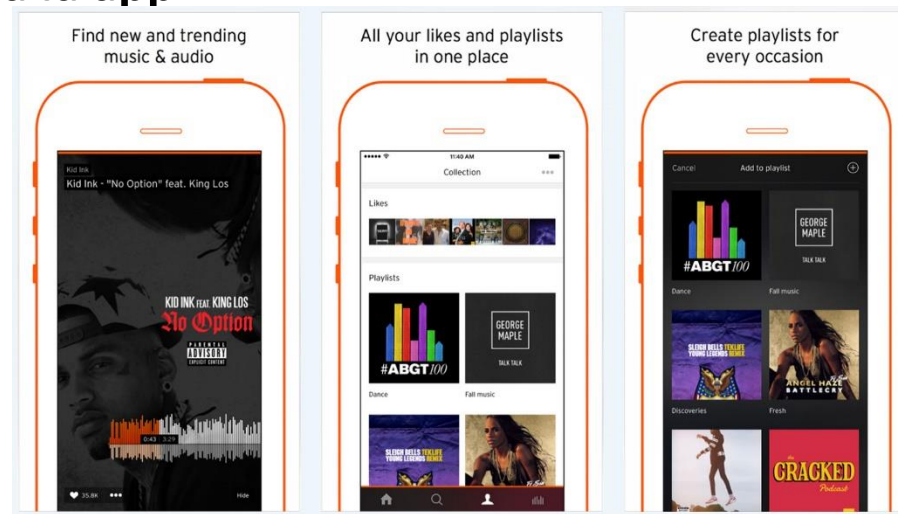
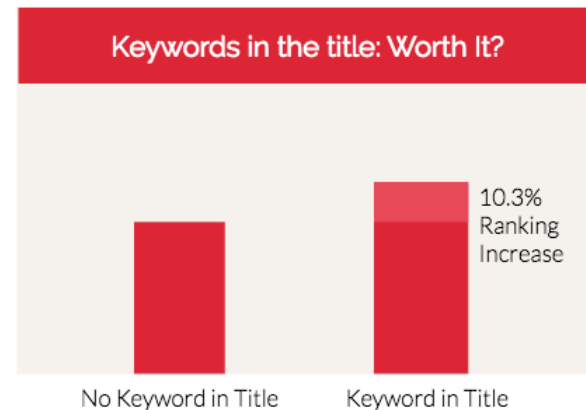
Android: 4000 caracteres – Palabra clave 5 veces

Usa una buena y completa descripción

El icono es la primera imagen de entrada a la app

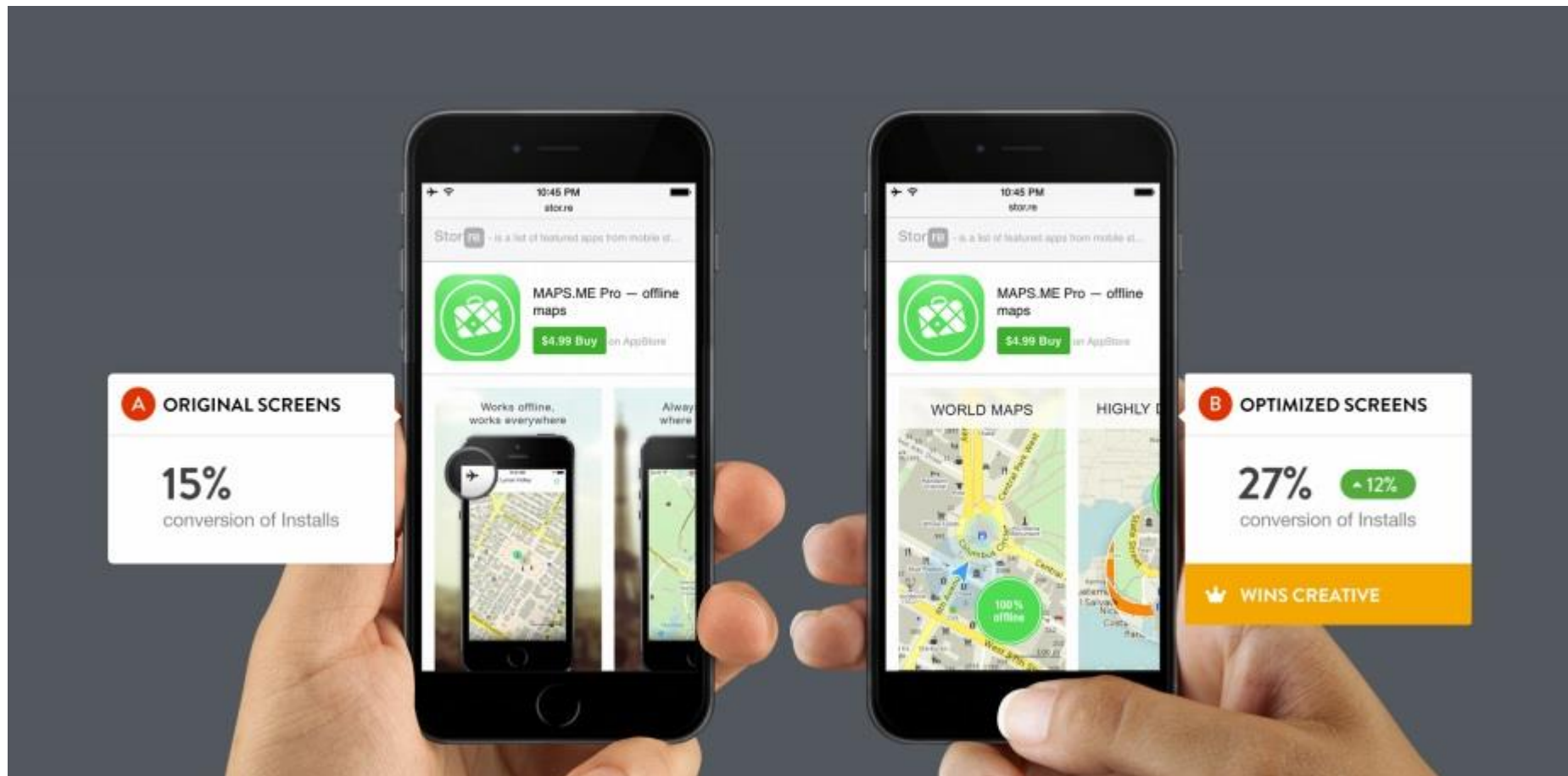
Screenshots:

Features tell, benefits sell



A/B TESTING

No pareis de hacer A/B testing. Siempre (SIEMPRE) hay algo que mejora los datos anteriores.

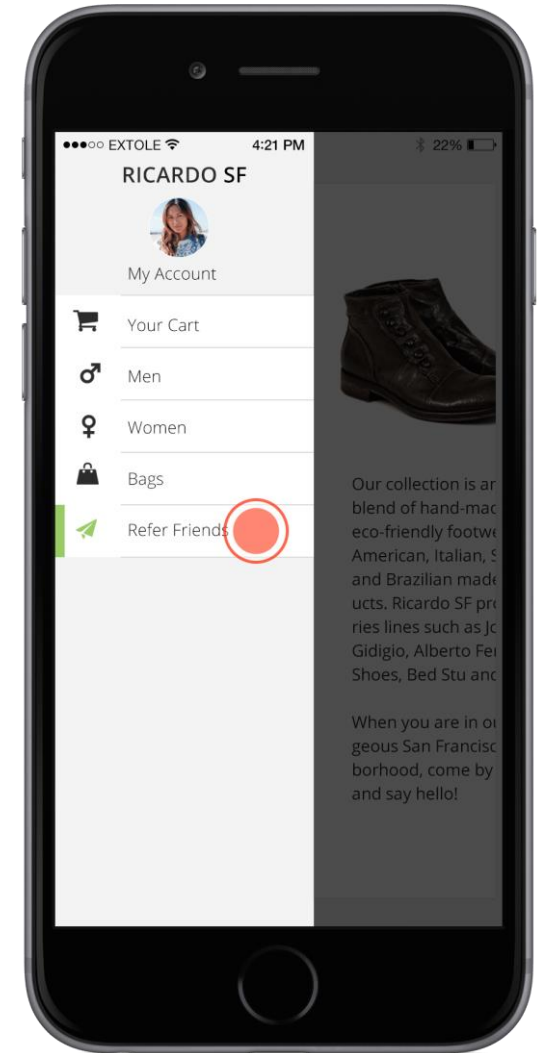


Siempre en CTA (Click-To-Action)

CTA después de un momento “Aha!”

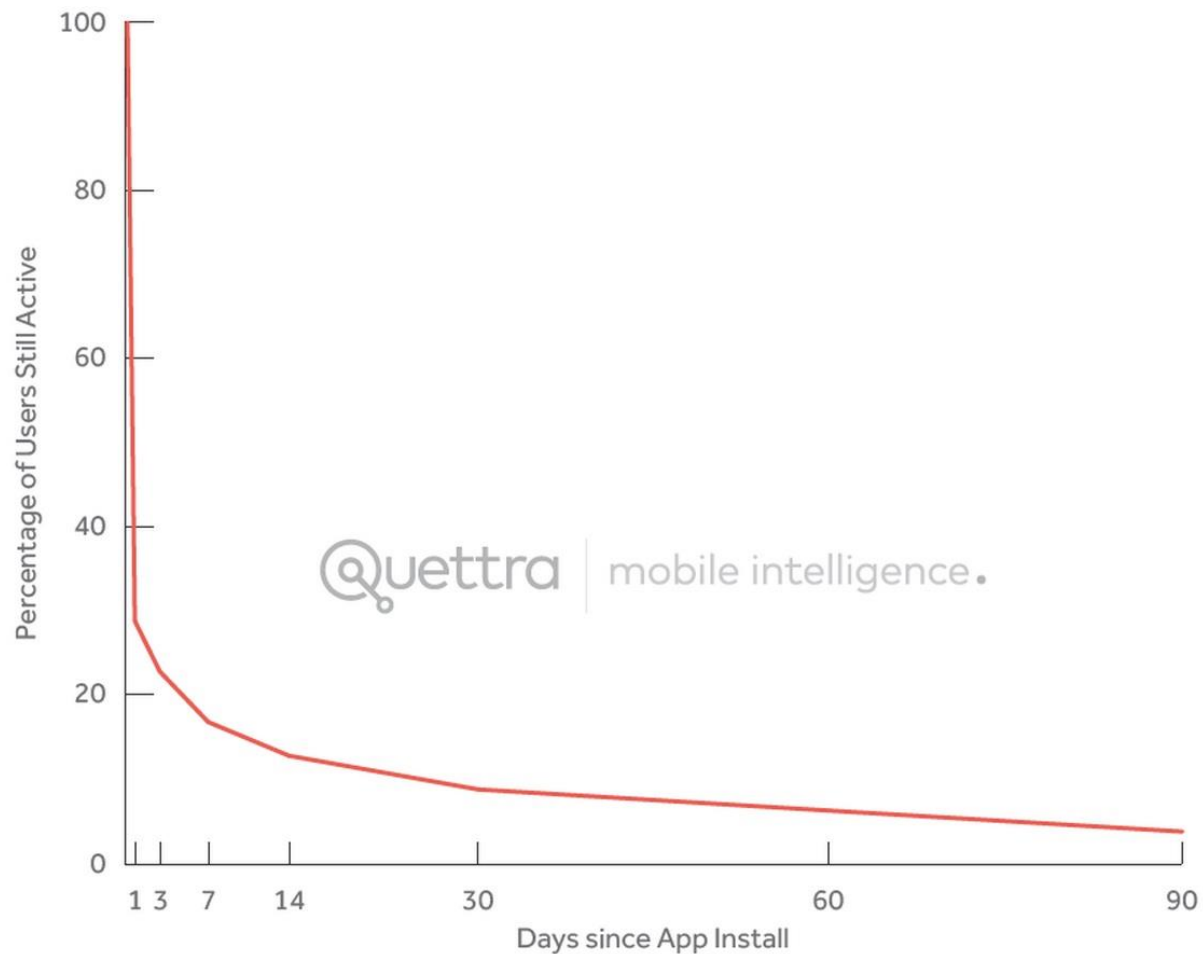
Fácil para el usuario: texto listo para enviar

Añadir botones de redes sociales



2. Activación

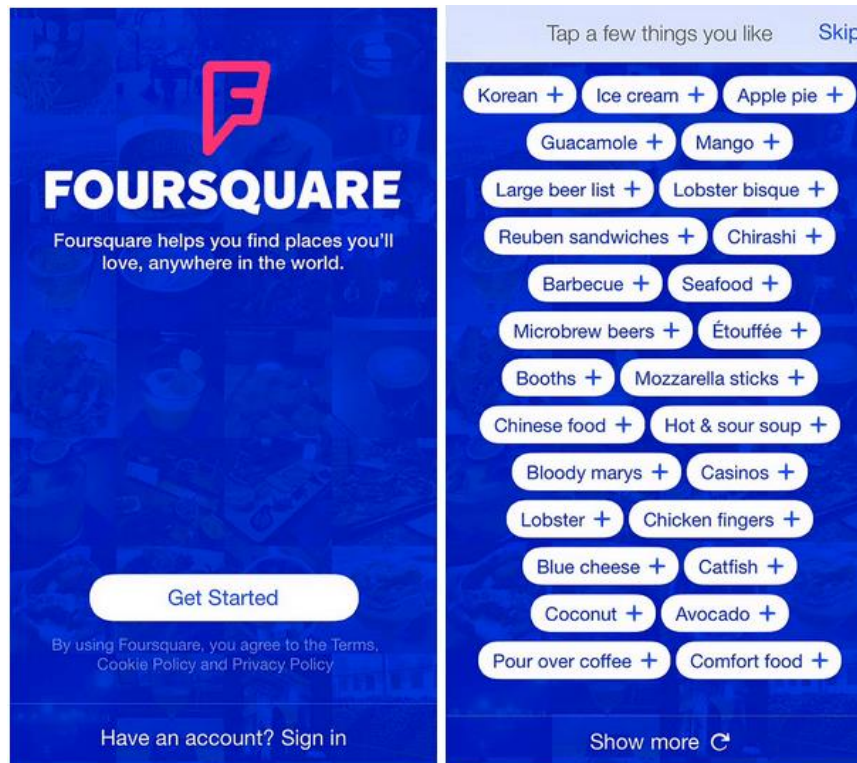
Tu también vas a perder el 80% de los usuarios al 3er día...



- ✓ PROVOCA EN EL ASO
- ✓ REGISTRO
- ✓ EMAIL TRANSACCIONAL: EMAIL DE BIENVENIDA
- ✓ **PLAN DE ON-BOARDING (PRIMERA VEZ)**
- ✓ FTUE: Experiencia de Usuario del primer uso
- ✓ OPT-INS POP-UPS (iOS)
- ✓ EMAIL MARKETING
- ✓ **PLAN DE ON-BOARDING (DIA 1 a 7)**

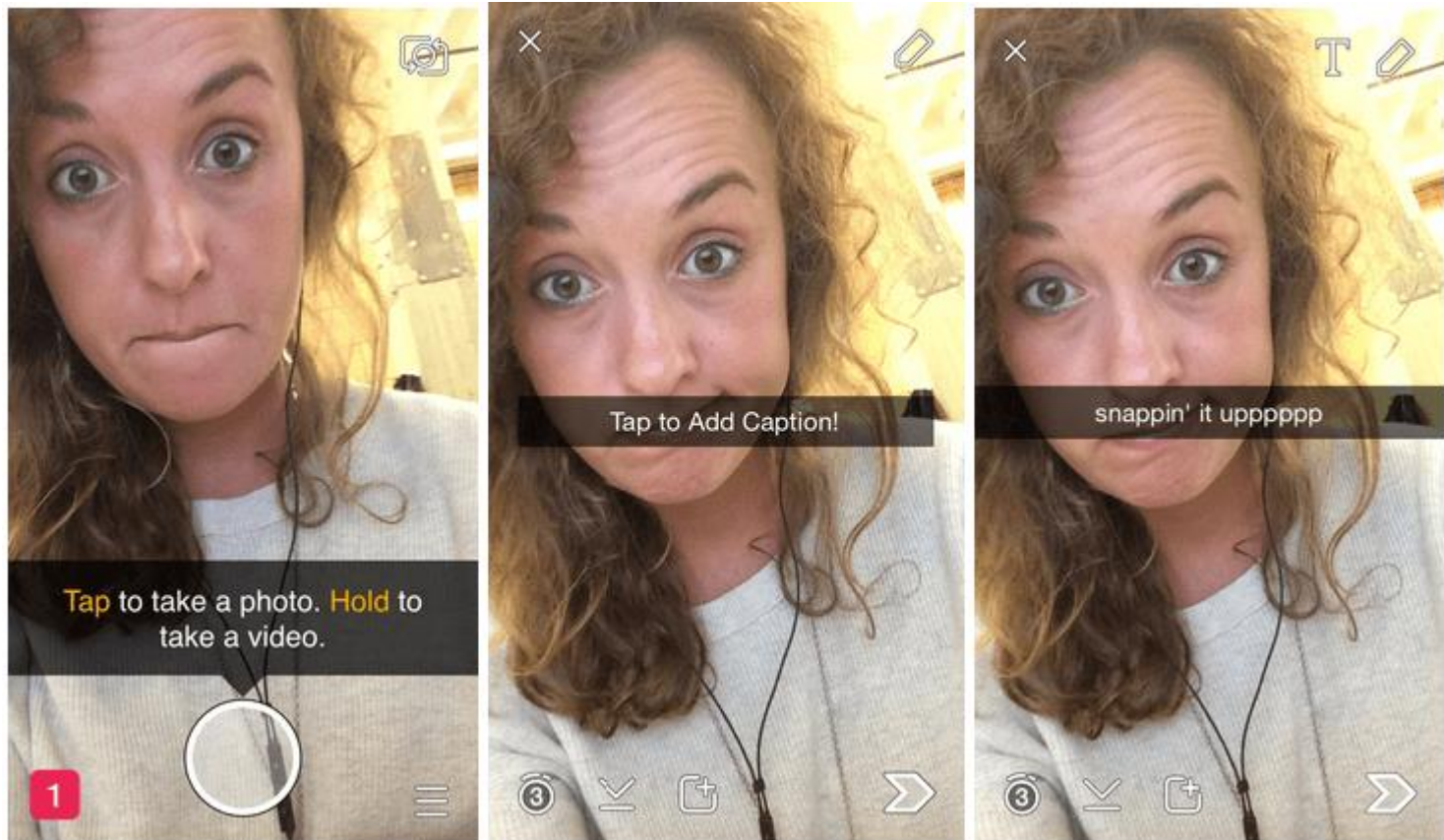
7 TIPS ON BOARDING

1 Mantén el Foco y KEEP IT SIMPLE!



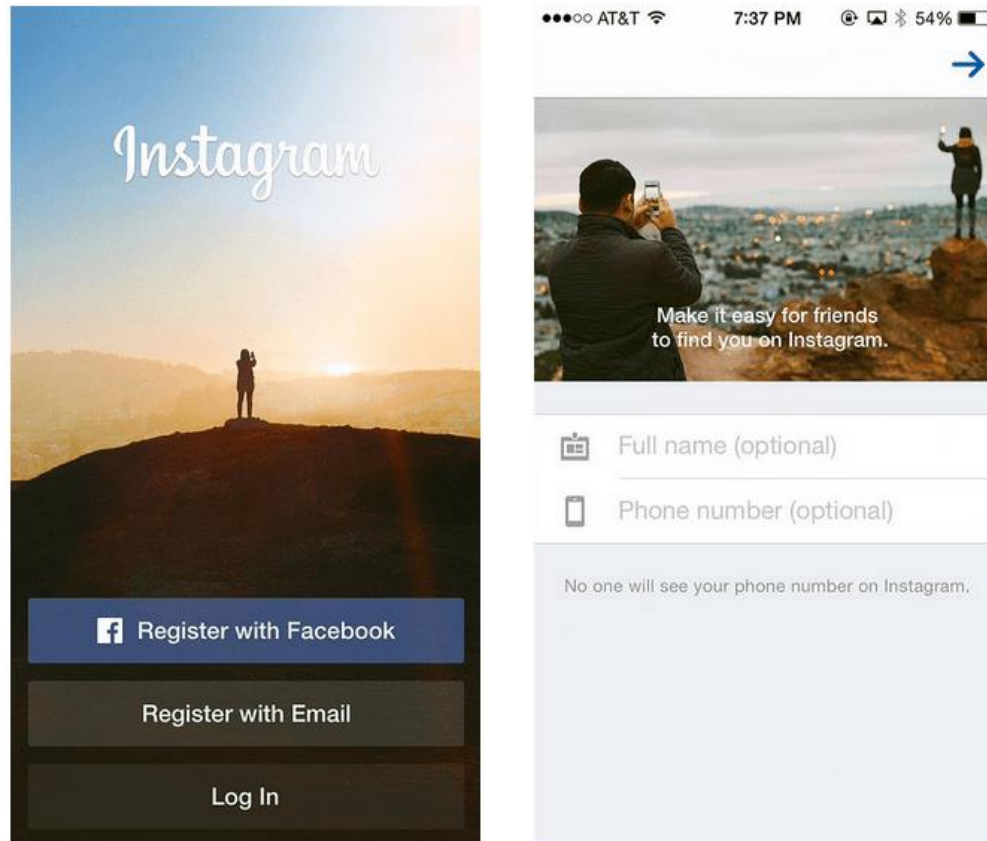
TIPS ON BOARDING

2 Muestra, no cuentes



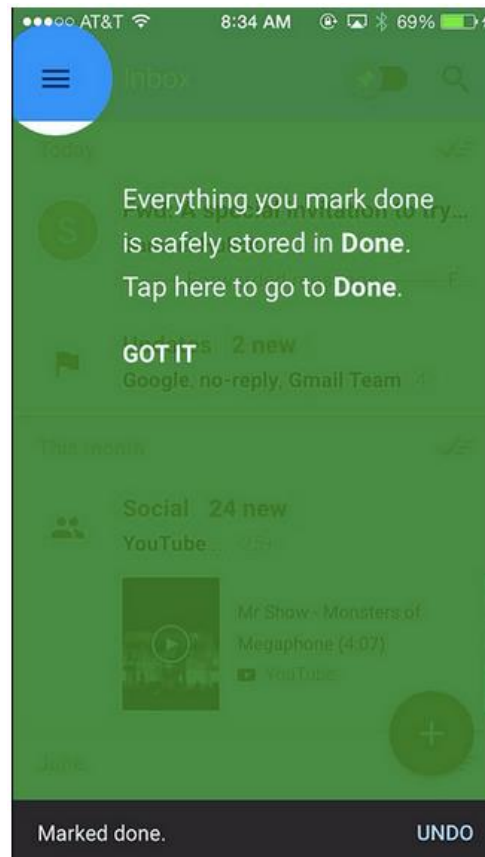
TIPS ON BOARDING

3 Deja solo lo imprescindible en el registro o creación de cuenta



TIPS ON BOARDING

4 Educa al usuario conforme usa tu app



✓ **PUSH NOTIFICATIONS**

✓ **EMAIL MARKETING**

✓ **OFERTAS**

✓ **ENCUESTAS**

✓ **AGRADECIMIENTOS**

✓ **CAMPAÑAS Y PROMOCIONES**

✓ **REFERIDOS**

✓ **MARKETING AUTOMATION**

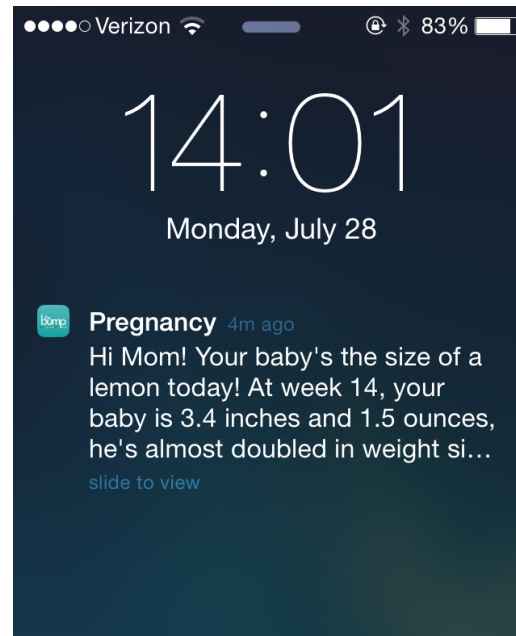
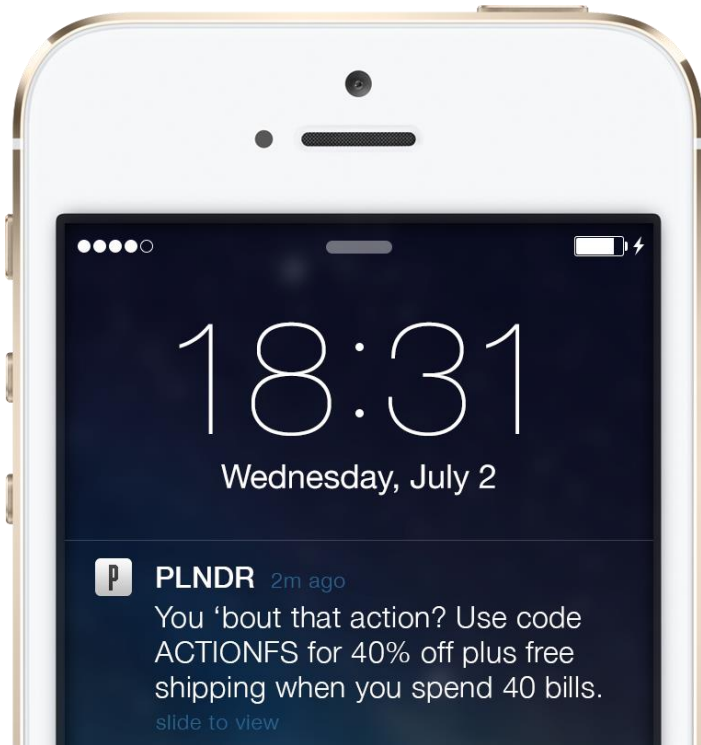
✓ **NUEVAS FUNCIONALIDADES**

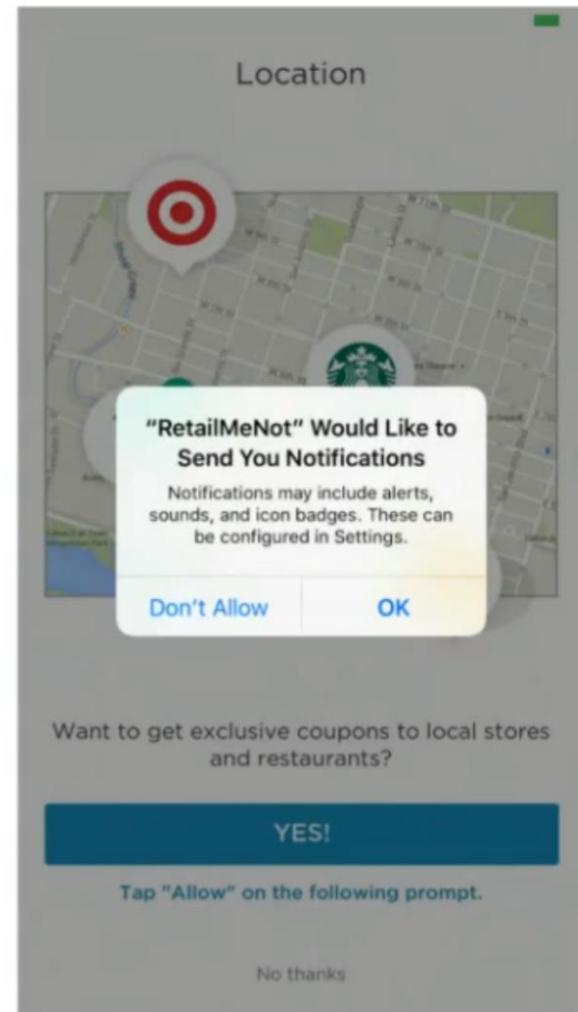
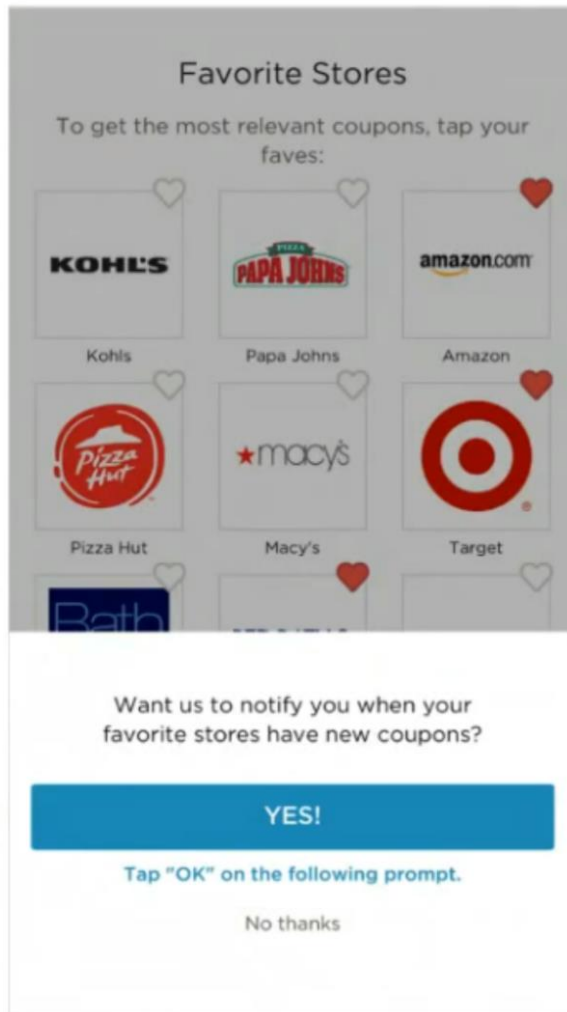
✓ **PROMOS INCENTIVADAS**

✓ **PREMIOS**

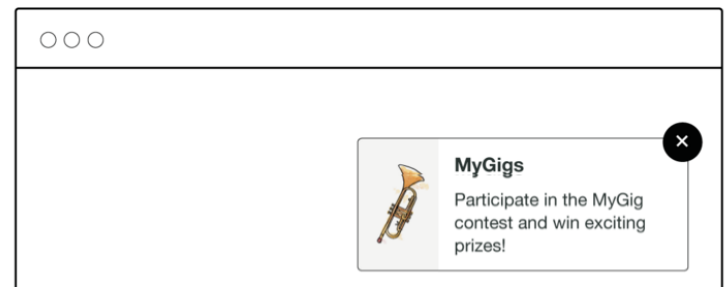
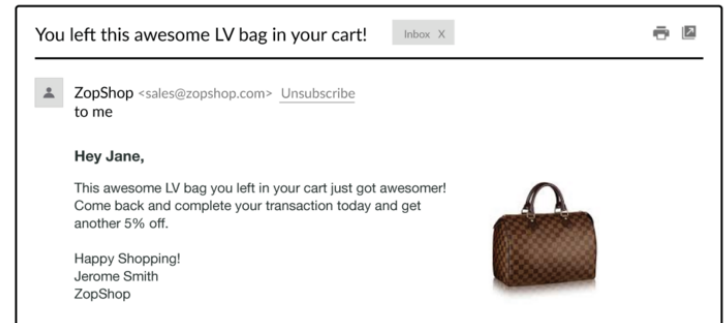
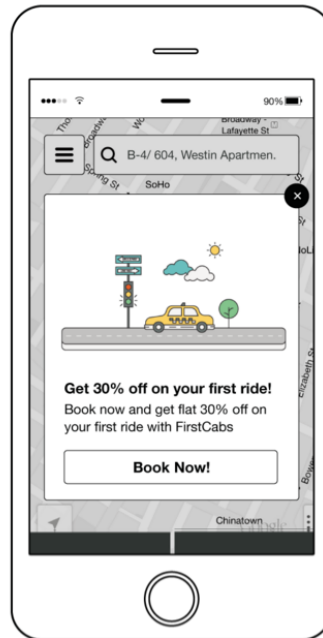
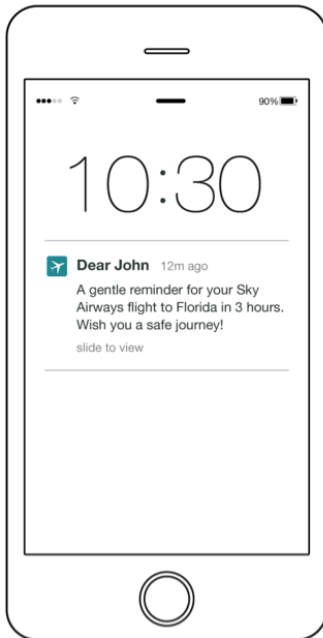
✓ **ANALITICA**

Retención. Push.

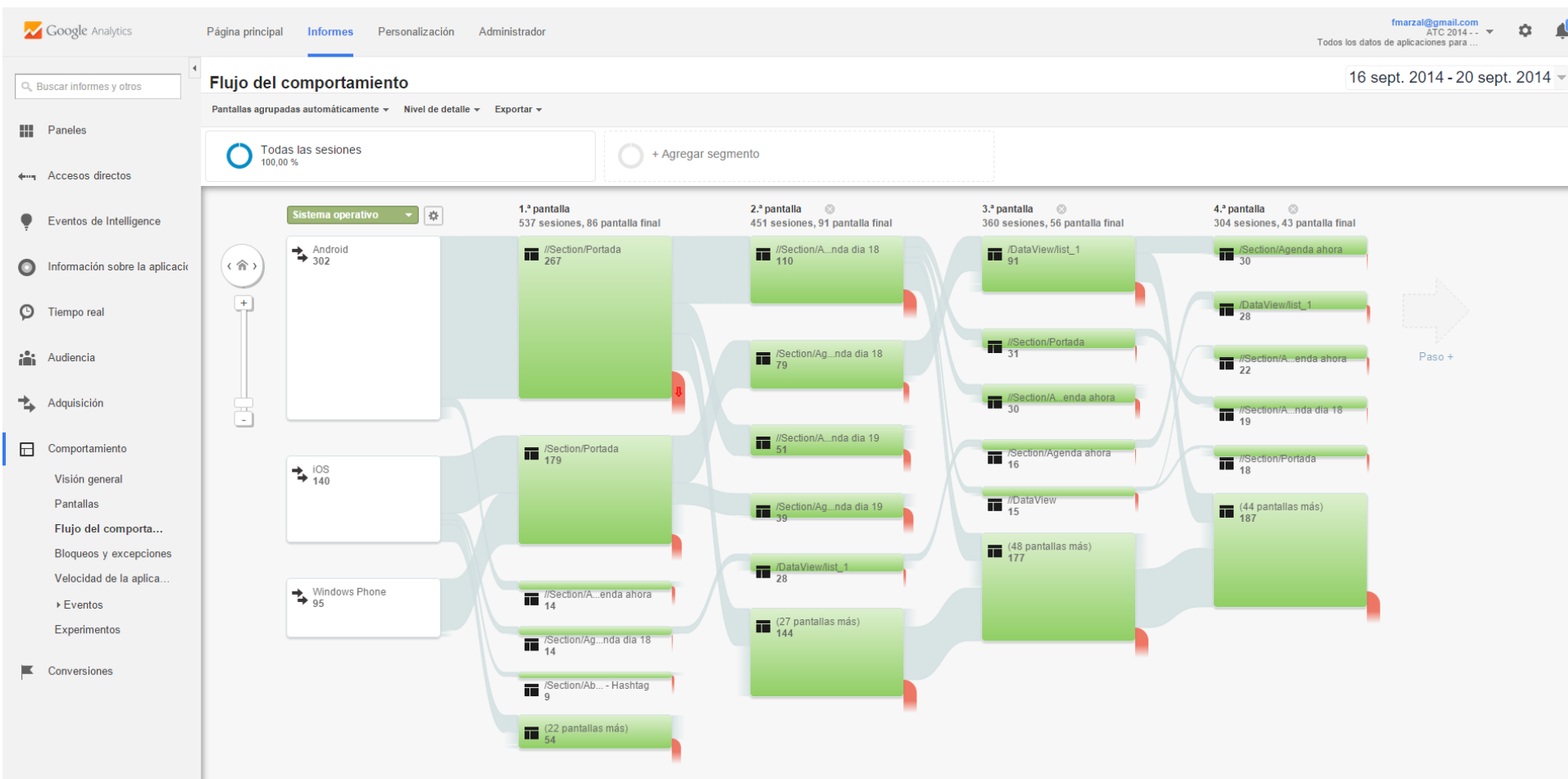




- 
Push Notifications ➔
 Get users back to your app with Push Notifications
- 
Web Notifications ➔
 Show personalized notifications on your website
- 
Segmentation ➔
 Create segments based on user activity, location, profile characteristics
- 
In-App Notifications ➔
 Reach out to your users while they use your app
- 
Clever Campaigns ➔
 Engage your users with pre-built, ready to run campaigns
- 
Remarketing Ads ➔
 Show Facebook custom audience campaigns base user's app activity
- 
Email Messages ➔
 Send customized emails to your users
- 
Triggered & Scheduled Campaigns ➔
 Drive engagement with the right message to the right user at the right time
- 
Personalized Messages
 Greet users by name, or personalize the message on who they are, or what they've done



El consejo final: Analiza, Analiza, Analiza



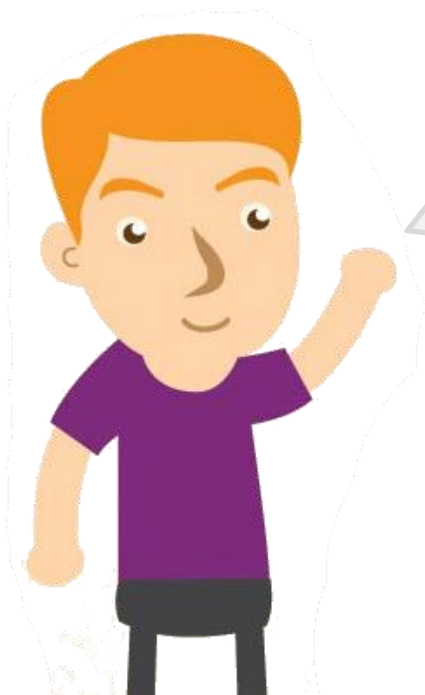


mobincube

Good luck with your apps!

Thank you!

Fernando Marzal
fmarzal@mobincube.com



IVACE



Una manera de hacer Europa

Proyecto cofinanciado por los Fondos FEDER, dentro del Programa Operativo FEDER de la Comunitat Valenciana 2014-2020