



Cinco tips para tener éxito promocionando una App

1 - Antes de todo: Desarrollá una buena app

Los smartphones son aparatejos increíbles, te permiten hacer realmente muchas cosas con sus sensores, cámaras, GPS, etc. También podés hacer integraciones con redes sociales y mucho más. Pero no es por tener todos estos recursos a disposición que necesitás usarlos. Para que tu app sea relevante tiene que solucionar un problema, y si la función *core* no lo hace, los *extras* tampoco lo van hacer. Pensá tu app como un MVP (Minimum Viable Product). No inventes demasiado con la UI, copió lo que ya funciona en otros lados. Lanzala rápido y mejorala con interacciones cortas.

2 - Optimízala para las Stores

Describí a tu app como si realmente la estuvieras publicitando, y no como una guía técnica. Utilizá descripciones claras y con keywords que crees que la gente va a utilizar para buscarla. Usá un icono y screenshots atractivos, describiendo lo que el usuario puede hacer con la app. Poné atención a los reviews, aprovechá el feedback de la gente para mejorar la app y detectar problemas.

3 – Medila

Conocé en detalle quién es y qué hace tu usuario. Utiliza herramientas de atribución para saber de dónde vienen (orgánicos, campañas pagas, newsletter, postings, etc) y qué hacen una vez que la instalan. Definí objetivos y un embudo de conversión que esperás que tu usuario pase. Miralo también en el tiempo haciendo análisis de cohortes. Si estás pensando en una app como un negocio o un medio para esto, es clave medir el ROI, es decir, el retorno de la inversión que estás haciendo, principalmente en publicidad. Optimizá la experiencia del usuario pero también los canales de adquisición.

4 - Publicitala

Hay más de 2.5 millones de Apps disponibles entre la AppStore y Google Play, y ganar visibilidad de forma orgánica es extremadamente difícil, suelen ser casos pocos en miles, y esto se aplica a todos, incluidas marcas conocidas. Hay distintos modelos de adquisición, quizás uno de los más populares sea el CPI (Costo por Instalación), lo importante es poder medir cada canal.

5 - Buscá ayuda con expertos

Optimizar cada detalle de una campaña de promoción de una app es complejo, y tener resultados efectivos y escalables envuelven muchos factores, tales como:

- **Manejar múltiples fuentes de tráfico:** en una campaña regular quizás puedas manejar 1 o 2 fuentes. Algunas empresas especializadas llegan a trabajar con más de 100 fuentes, es algo que demanda tiempo y tecnología.
- **Tecnología de optimización:** en cada canal de adquisición tenés decenas de variables para optimizar, como banners, placements, demográficos, aspectos técnicos como versión

de sistema operativo, carriers, etc. Esto implica en procesar toneladas de información y tomar decisiones sobre estos datos.

- **Equipo especializado:** es muy valorable que lo quieras hacer por tu cuenta, pero contar con la ayuda de especialistas no sólo te permite mantenerte enfocado sino contar con gente que ya ha encarado y resuelto problemas que ni siquiera imaginas que vas a tener al promocionar una app.



Por Gabriel Oyarzabal, Co-Founder & Sales Development en Jampp

Sobre la MMA

La Mobile Marketing Association es una asociación sin fines de lucro compuesta por más de 800 empresas en cincuenta países, con presencia en Europa, Asia, Latinoamérica y EE.UU. Sus miembros provienen de todas las áreas del ecosistema de marketing móvil, incluyendo anunciantes, agencias, plataformas tecnológicas móviles, compañías de medios, operadores y otros.

Más información www.mmaglobal.com