



- MARKETING MÓVIL -

Introducción y categorías de las aplicaciones móviles

Miguel Ángel Sánchez Jiménez
Departamento de Marketing y Comunicación
Universidad de Cádiz



Introducción de apps

- **Introducción de aplicaciones móviles y el marketing:**

Las aplicaciones móviles son soportes para comunicar, publicitarse, impactar, relacionarse, interaccionar y comercializar
→ valor añadido

Cubre las necesidades de los consumidores de manera inmediata y personalizada.



Introducción de apps

- **Definición de aplicaciones móviles y el marketing:**

Una aplicación móvil es un software que se ejecuta en un dispositivo móvil (smartphone y tablets) y ejecuta ciertas tareas para el usuario.





Introducción de apps

Aparición de las apps con los smartphone: Pionero Iphone, gran crecimiento desde entonces.

Aplicaciones: elemento cotidiano

Las aplicaciones intentan convertir los smartphone en un dispositivo intuitivo, potente, táctil y siempre online.



Introducción de apps

- **Tiendas de aplicaciones y sistema operativo:**

Mercado único y organizado donde la adquisición de aplicaciones se realiza de forma transparente, fiable y directa.

Surge los sistemas operativos: Primero el iOS y posteriormente Android que potencian las capacidades técnicas del teléfono y mejoran la experiencia del usuario.



Introducción de apps

Todo esto ha propiciado un aumento de consumo de aplicaciones entre los usuarios.

Además: Aparición de las tablets, mayor gama de smartphone y bajada de precio de la tarifa de navegación por parte de las operadoras.

Consecución de los objetivos de marketing



Categorías de apps

- **Dos tipos de clasificaciones:**
 - 1. Según las funcionalidades que aporta al usuario.**
 - 2. Según el entorno de ejecución.**



Categorías de apps

1. Según las funcionalidades que aporta al usuario:

Funcionalidades de apps muy diversas y con muchos usos.

Gran potencial.

Crear mejores experiencias a los usuarios.

Comunicaciones

Clientes de redes sociales (p.e Facebook, Twitter)

Mensajería instantánea (p.e. What´sApp)

Clientes de email

Navegadores web

Servicios de noticias

Voz IP

Juegos

Cartas o de casino

(p.e., Solitario, Blackjack, Ruleta, Póker)

Puzle o estrategia

(p.e., Tetris, Sudoku, Ajedrez, Juegos de Mesa)

Acción o aventura

(p.e., Doom, Piratas del Caribe, Juegos de Rol)

Deportes

(p.e., Fútbol, Tenis, Baloncesto, Carreras, Boxeo, Sky)

Deportes de Ocio

(p.e., Bolos, Billar, Dardos, Pesca)

Multimedia

Visores de gráficos o imágenes

Visores de presentaciones

Reproductores de vídeo (p.e. You Tube)

Reproductores de audio

Reproductores de streaming (Audio/Video)

Productividad

Calendarios

Calculadoras

Diarios

Notas, recordatorios o procesadores de textos

Hojas de cálculo

Servicios de directorio (p.e. Páginas Amarillas)

Bancos o finanzas

Viajes

Guías de ciudades (p.e. Lonely Planet)

Convertidores de moneda

Traductores

Mapas / GPS

Itinerarios programados

Previsión meteorológica
(p.e. The Weather Channel, ElTiempo.es)

Utilidades

Gestores de perfiles de usuario

Salvapantallas

Libretas de direcciones

Gestor de procesos

Gestor de llamadas

Gestor de ficheros

Compras

Lectores de códigos de barras y bases de datos de productos

Clientes de tiendas web

Subastas

Cupones de descuento

Lista de la compra

Entretenimiento

Lectores de libros

Horóscopos

Guías de programación de televisión, radio, etc.

Recetas

Cómics

Bienestar

Seguimiento de dietas

Primeros auxilios

Consejos al embarazo

Entrenamiento personal

Guías de salud



Categorías de apps

2. Según el entorno de ejecución:

- **Aplicaciones nativas**
- **Aplicaciones Web**
- **Aplicaciones híbridas**



Categorías de apps

➤ **Aplicaciones nativas**

Funcionan en sistemas operativos móviles nativos como iOS, Android, Windows mobile, Blackberry, Symbian, etc.



Categorías de apps

➤ Aplicaciones nativas

Es necesario conocimientos de desarrollo informático para crearlas → lenguaje del sistema operativo.

- ✓ Las apps para **iOS** se desarrollan con lenguaje Objective-C
- ✓ Las apps para **Android** se desarrollan con lenguaje Java
- ✓ Las apps en **Windows Phone** se desarrollan en .Net



Categorías de apps

➤ **Aplicaciones nativas**

Modelos más comunes:

- Aplicaciones de pago.
- Aplicaciones gratuitas.
- Aplicaciones gratuitas con anuncios.
- Aplicaciones gratuitas + pago por contenidos adicionales.



Categorías de apps

➤ Aplicaciones nativas

Desde el punto de vista del usuario:

- La aplicación nativa requiere de actualizaciones frecuentes, el usuario suele tener bastantes aplicaciones y la desinstalará si no se ha conseguido satisfacer una necesidad de uso.
- El usuario espera controles simples e intuitivos, contenidos breves y concisos y elegir entre un número reducido de opciones.



Categorías de apps

➤ **Aplicaciones nativas**

La descarga e instalación de estas apps se realiza siempre a través de las tiendas de aplicaciones.

Se puede acceder a sus contenidos sin acceso a internet.



Categorías de apps

➤ Aplicaciones nativas

Ventajas:

- Acceso a todas las características del dispositivo: cámara, GPS, agenda, dispositivos de almacenamiento, etc → mejor experiencia.
- Envío de notificaciones o avisos a los usuarios.
- Actualización constante de las apps.



Categorías de apps

➤ Aplicaciones nativas

Inconvenientes:

- Diferentes habilidades/herramientas para cada plataforma.
- Son más caras de desarrollar.
- Validación en las tiendas de aplicaciones.



4. In-app marketing y advergaming:

In-app marketing: Consiste en promocionar un producto o una marca mediante una aplicación en la que el usuario puede interaccionar, siendo útil, interesante o curiosa para este.





4. In-app marketing y advergaming:

Advergaming: Trata de establecer una estrecha conexión del usuario con la marca a través de la mecánica de un juego creado exclusivamente para dicha marca.





4. In-app marketing y advergaming:

Ambas herramientas de promoción están asociadas a la experiencia del usuario.

Dos claves fundamentales:

- a) Experiencia inmersiva: Obliga al usuario a interactuar. Permite que con un juego o aplicación publicitaria el usuario pueda dedicarle diez, quince o treinta minutos de su tiempo a atender a la marca.



4. In-app marketing y advergaming:

Dos claves fundamentales:

- b) Reciprocidad: Los juegos o aplicaciones publicitarias suelen ser gratuitos. Si estos proporcionan al usuario utilidad, diversión, etc. (hacer fotos de calidad, pasar un buen rato jugando) estaría aumentando la propuesta de valor de la marca ante una posible decisión de compra.



4. In-app marketing y advergaming:

Otras ventajas:

- El usuario busca la aplicación o juego, y no al revés.
- Alta posibilidad de viralidad.
- Menor coste de inversión comparado con otras técnicas de marketing.
- Mejora de la imagen de marca.
- Posibilidad de segmentación.



Categorías de apps

➤ **Aplicaciones Web**

Se desarrollan por lenguajes conocidos de programación como es el HTML, Javascript y CSS.

Características:

- Son compatibles con todas las plataformas y navegadores, solucionando el problema de la fragmentación → Se pueden ejecutar en diferentes dispositivos sin tener que crear varias aplicaciones



Categorías de apps

➤ **Aplicaciones Web**

Características:

- Se ejecutan dentro del propio navegador web del dispositivo a través de una URL → sólo funcionan con conexión a internet.
- No necesita instalación por lo que no pueden estar visibles en las tiendas de aplicaciones (sólo acceso directo) → promoción y comercialización debe realizarse de forma independiente.



Categorías de apps

➤ **Aplicaciones Web**

Adaptar la Web a formato móvil.

Se está produciendo un gran crecimiento.



Categorías de apps

➤ **Aplicaciones Web**

Ventajas:

- Mismo código para todas las plataformas.
- Desarrollo más sencillo y económico.
- No necesitan aprobación externa para publicarse.
- El usuario siempre dispone de la última versión.
- Puede reutilizarse la Web responsive ya diseñada.



Categorías de apps

➤ **Aplicaciones Web**

Inconvenientes:

- Es necesario conexión a internet.
- Limitado acceso a las características y elementos del dispositivo.
- Requiere un mayor esfuerzo de promoción y visibilidad.
- La experiencia del usuario suele ser menor que en una aplicación nativa.



Categorías de apps

➤ Aplicaciones híbridas

Es un intermedio de las anteriores, buscando aprovechar lo mejor de ambas.

Ej: aplicación de twitter o facebook.



Categorías de apps

➤ Aplicaciones híbridas

Características:

- Se desarrollan con lenguajes propios de las aplicaciones Web (HTML, Javascript y CSS) por lo que permite su uso en diferentes plataformas.
- Posibilidad de acceder a parte de las características y elementos del dispositivo
- Es posible distribuirlas en las tiendas de aplicaciones.



Categorías de apps

➤ Aplicaciones híbridas

Ventajas:

- Es posible distribuirlas en tiendas de aplicaciones.
- Instalación nativa pero construida con HTML, Java y CCS.
- Mismo código para todas las plataformas.
- Acceso a parte de las características del dispositivo.



Categorías de apps

➤ Aplicaciones híbridas

Inconvenientes:

- No tiene acceso a la totalidad de las características del dispositivo.
- Diseño algo más limitado.
- La experiencia del usuario está más relacionado con las aplicaciones Web.



Categorías de apps

➤ **Aplicaciones híbridas**

Herramientas para crear aplicaciones web y aplicaciones nativas: Upplication, YeePLY, Phonegap, Cordova, Como, mobincube, etc.