


The background is a vibrant pink color. It features several abstract geometric shapes: a white square in the top left, a pink circle in the top center, a white square in the top right, a pink square in the middle right, a white triangle pointing up in the center, a white vertical rectangle in the bottom left, and a white horizontal rectangle in the bottom center.

MÉTRICAS

QUE

IMPORTAN

Haz crecer tu App



Para mantener el impulso y alimentar el crecimiento de tu aplicación, dirige tu atención hacia el seguimiento del

RENDIMIENTO

Este enfoque exhaustivo es lo único que te permitirá realizar ajustes consistentes que conduzcan a victorias. Saber qué cambiar es la pieza clave para llevar a tu app en la dirección correcta.

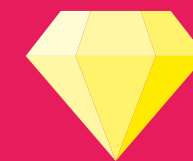
Las primeras preguntas que debes hacerte



¿Cuál es la forma de mayor impacto de seguir el rendimiento de mi App?



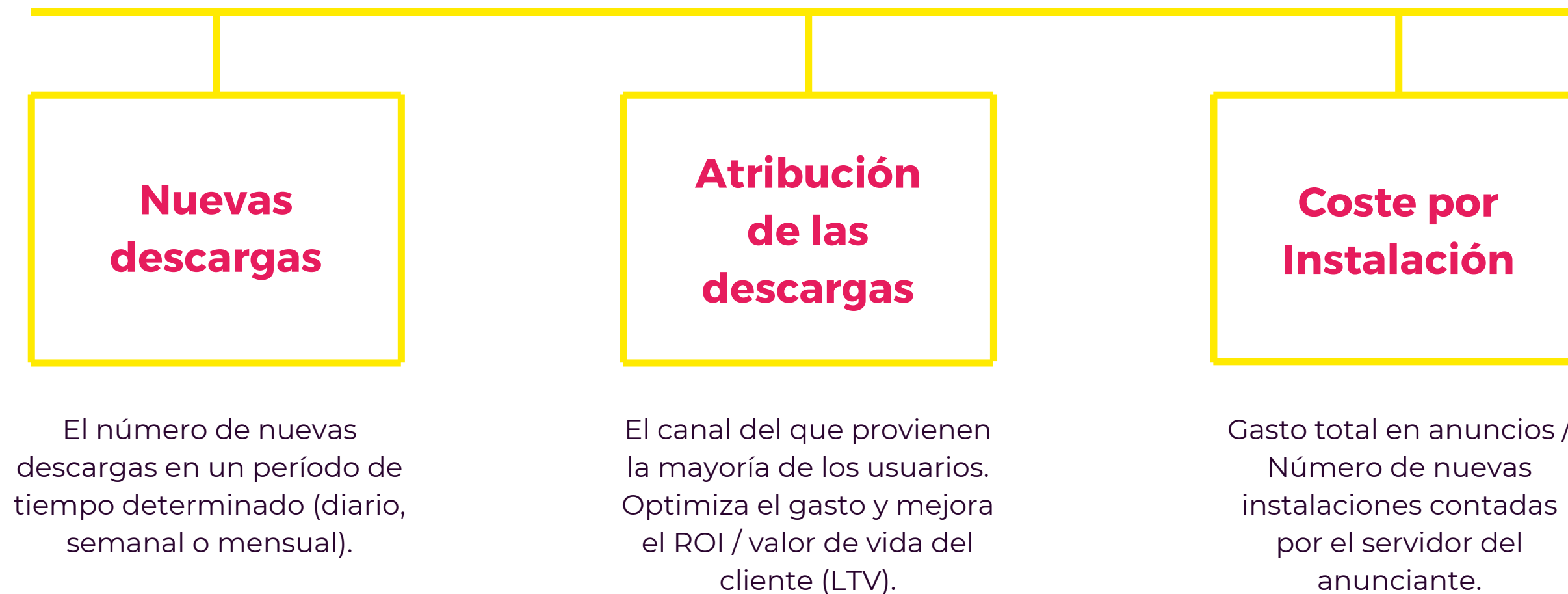
¿Qué análisis métrico puede mejorar más la retención a largo plazo?



¿Cómo sé que estoy interpretando mis observaciones correctamente?

MÉTRICAS

Adquisición de usuarios



Por ejemplo, si una inversión de Google AdWords de 5.000€ te proporciona 125 nuevas descargas en 3 semanas, mientras que la misma inversión en Google Play Store le da 10 veces más en solo 3 días, podrás tomar una mejor decisión la próxima vez.



Estrategia 1

Convierte visitantes web en usuarios móviles

Agrega un simple botón "Descargar la aplicación" y usa incentivos como puntos de fidelidad en la primera compra en la app para recompensar su acción.

Estrategia 2

Lanza un programa de recomendaciones

El 92% confían en las recomendaciones de amigos. Recompensa a los usuarios que ya les gusta tu producto cuando lo recomiendan a su red. Incorpora un programa de incentivos mutuos

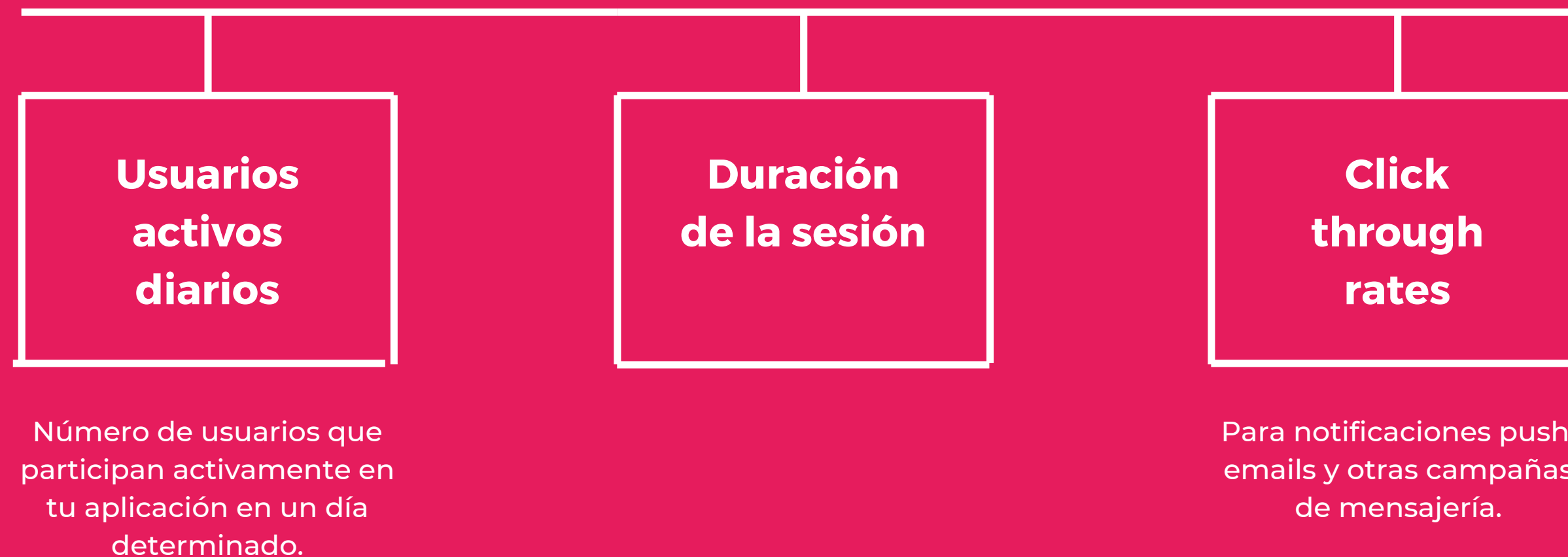
Estrategia 3

App Store Optimization

Da visibilidad a tu App e impulsa las adquisiciones. Fíjate en las palabras clave, las características y beneficios clave de tu producto, y las actualizaciones con nuevas funciones.

MÉTRICAS

Engagement de usuarios



Conocer estos números te ayudan a calcular la adherencia de tu app. El índice de adherencia no solo determina si los usuarios están o no comprometidos, sino también con qué frecuencia se involucran.

Estrategia 1

Envía una notificación amistosa

Los recordatorios en las 24 horas posteriores al abandono del carrito pueden mejorar las tasas de conversión hasta en un 29%

Estrategia 2

Dar y contar

Un poco de filantropía ayuda a generar seguidores y recuperar a los usuarios desconectados.

Estrategia 3

Revisa tus pasos

Mira en qué parte del viaje los usuarios abandonan y la estrategia de adquisición inicial que funcionó para activarlos.

Estrategia 4

Mantén la accesibilidad

Tu capacidad para conectarte con los usuarios te ayuda a tener más influencia sobre su comportamiento y a guiarlos de manera más efectiva en su viaje.

MÉTRICAS

Retención de usuarios



Retención de día N

Porcentaje del total de usuarios que inician tu aplicación en un día determinado.

Valor de por vida del cliente

Si tu objetivo es monetizar tu App, es una métrica importante a estudiar. Comprende la base para crear programas de fidelización escalonados para recompensar y retener a tus clientes más valiosos.

Net Promoter Score

Mide la lealtad de los clientes basándose en las recomendaciones

La app promedio pierde más del 77% de sus usuarios activos diarios (DAU) en los primeros 3 días tras la instalación. El seguimiento de tus cohortes de retención puede arrojar luz sobre las etapas de tu experiencia de usuario que influyen en la retención.

Estrategia 1

Haz un concurso

A veces, una pequeña competencia amistosa es suficiente para empujar a los usuarios hacia un nuevo compromiso.

Estrategia 3

Solicita feedback

Incluye un botón de comentarios en la App. Podrás identificar los problemas antes de que los usuarios abandonen.

Estrategia 2

Brinda beneficios por lealtad

Los descuentos especiales, los puntos de recompensa y el acceso exclusivo pueden dar a los usuarios una razón para mantenerse activos.

Estrategia 4

Agrega nuevas características y contenido

Las nuevas características y el contenido nuevo pueden crear un aumento significativo en la retención.

MÉTRICAS

Conversión de usuarios



El seguimiento de las tasas de conversión te dará una idea de qué mensajes son más efectivos. Una vez que conozcas tus tasas de referencia, puedes ejecutar test A/B para descubrir qué tipo de mensajes resuenan más con tus usuarios.



Para determinar tu **estrategia** más efectiva, necesitas saber qué tipos de conversiones son más necesarias para tu App.

¿Son compras, suscripciones o impresiones de anuncios?

Piensa qué quieres que hagan tus usuarios cuando accedan a tu App y ponte en su lugar.

¿Qué quieres ver?

¿Hay algo que obstaculice el progreso de tu viaje en la aplicación?



Elimina botones o enlaces innecesarios.

Simplifica tu proceso de registro.

Agiliza la interfaz de usuario.

Busca grandes abandonos en lugares inesperados.



Métricas que importan

