

АЯДЕ





# Retención de Usuarios

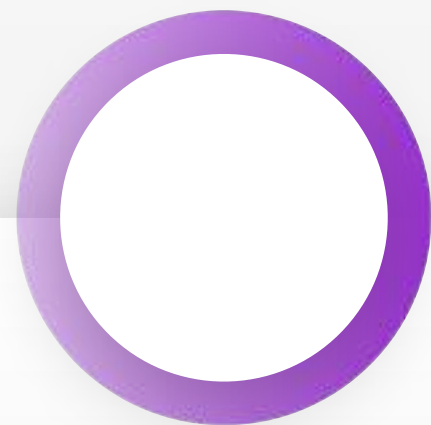
Estrategias de **Activación & Fidelización** para el entorno Mobile Web & App

¡Empezamos!

Equipo.

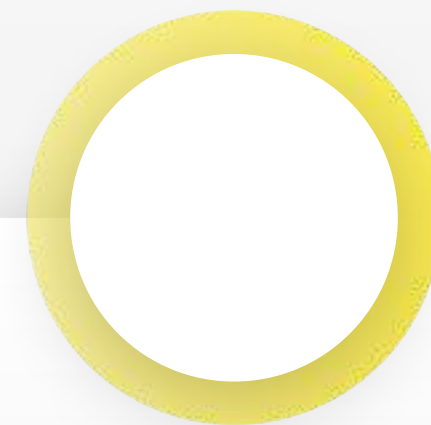
# La Agencia de Expertos en Mobile App Marketing

Trabajamos con los **equipos de producto y marketing** para crear el conocimiento necesario que haga crecer sus Apps.



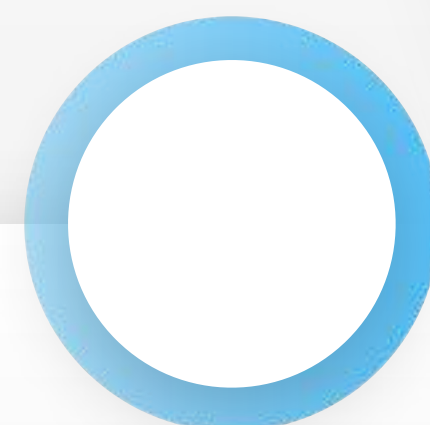
## Expertos

Profesionales con más de **10 años de experiencia** en App Marketing.



## Focalizados

Nuestro foco son los **KPIs** sobre la consecución de tus **objetivos**.



## Tecnólogos

Usamos la **tecnología** como **aliada** no como maestra.





Expertos,

# Conocemos tu industria.

FINTECH



**BNXT**  
Be your bank.



**waylet**

//**ABANCA**



FOOD



**pans**  
& COMPANY

**VIPS**

**RODILLA**  
DESDE 1939

INSURTECH



SEGGUROO

**CEA(R)**  
Comisión Española  
de Ayuda al Refugiado



MOBILITY



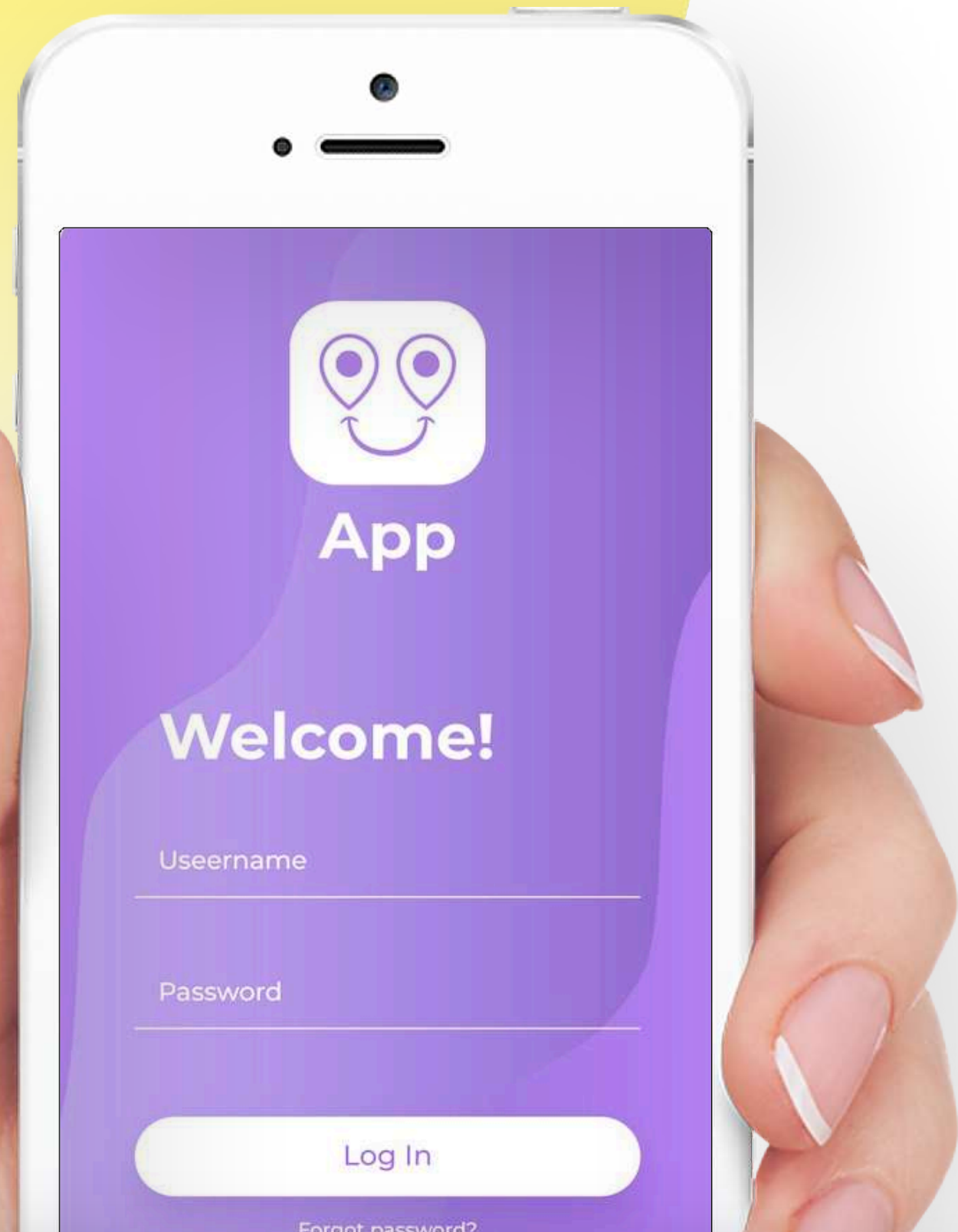
ECOMMERCE



**ABA ENGLISH**  
THE DIGITAL ENGLISH ACADEMY







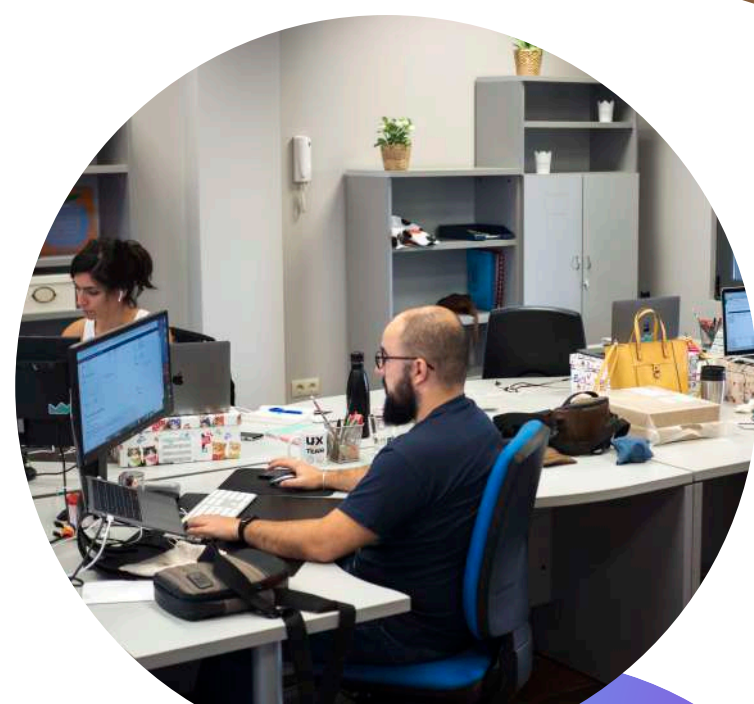
**La Retención es la clave del éxito**

## Escenario Móvil

**El problema con la retención:  
más del 75% de los usuarios  
no regresan el día después  
del primer uso.**

Tu negocio puede tener 100.000 descargas o 100.000 visitas pero,  
¿cuántas de estas personas están realmente activas?





No lo olvides.

**Ninguna campaña de Mobile Marketing está completa sin una estrategia que contemple la post visita/ instalación.**

**100%**

Comprobado





## MOBILESITE

**Acceso directo, un único desarrollo pero, navegación lenta y limitaciones de acceso y personalización.**



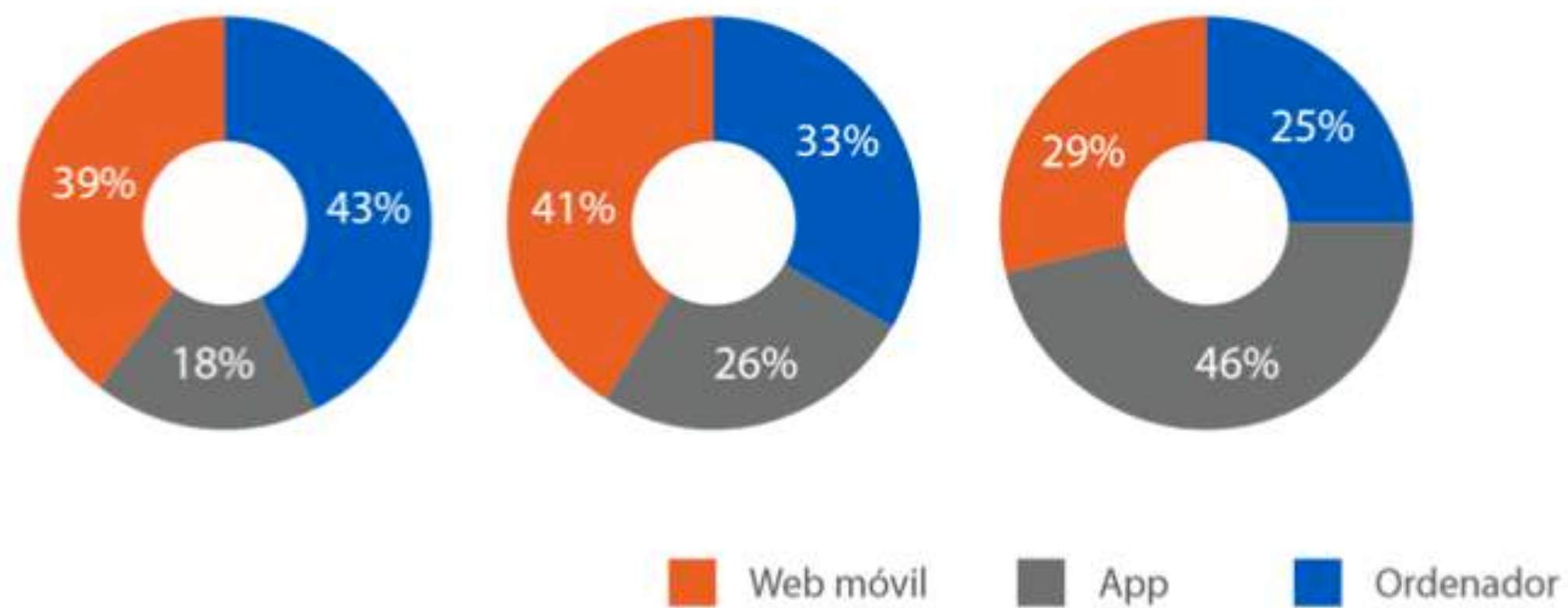
## APP MÓVIL

**Requiere una instalación. Desarrollo más costoso pero, mayor engagement, personalización, y acceso.**



## Estudio Ditrendia 2020

### Tasa conversión app vs. Web mobile o escritorio



**3H**  
Dedicadas al uso de la app.


**60%**  
del tiempo que los usuarios pasan en el móvil es utilizando apps



---

# Si tu producto es web, debes tener web móvil adaptada. **Es tu carta de presentación.**

Es algo muy básico pero a día de hoy, sigue habiendo mobile sites que no están optimizados para móvil, sin una estructura que contemple la usabilidad para todas las pantallas y dispositivos.



Ahora la tecnología web ya permite  
que sea muy **intuitivo** y una buena  
**navegación** del usuario.



# Retención en mobile sites

Los usuarios de dispositivos móviles son mucho más exigentes e inconscientemente irritados por los problemas de UX.

## ✓ Pop-ups persuasivos

**¡Haz que se descarguen tu App!**

Estrategia de captación inmediata.

Servicios, promociones, novedades, productos personalizados...

**Sign up today!**  
get 10% off by signing up today.  
Email Address \*  
Download Now

**Download Mobile App**  
Shopping has never been more convenient.  
Download on the App Store  
GET IT ON Google Play  
[\\* Terms and Conditions Apply.](#)

Install our app and experience a better service  
INSTALL NOW  
Later

Life is tough.  
But our NEW APP will make your life a little easier.  
DOWNLOAD THE APP  
NO THANKS, LET'S KEEP LIFE AS TOUGH AS POSSIBLE





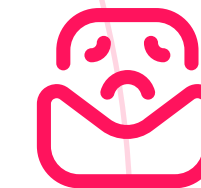
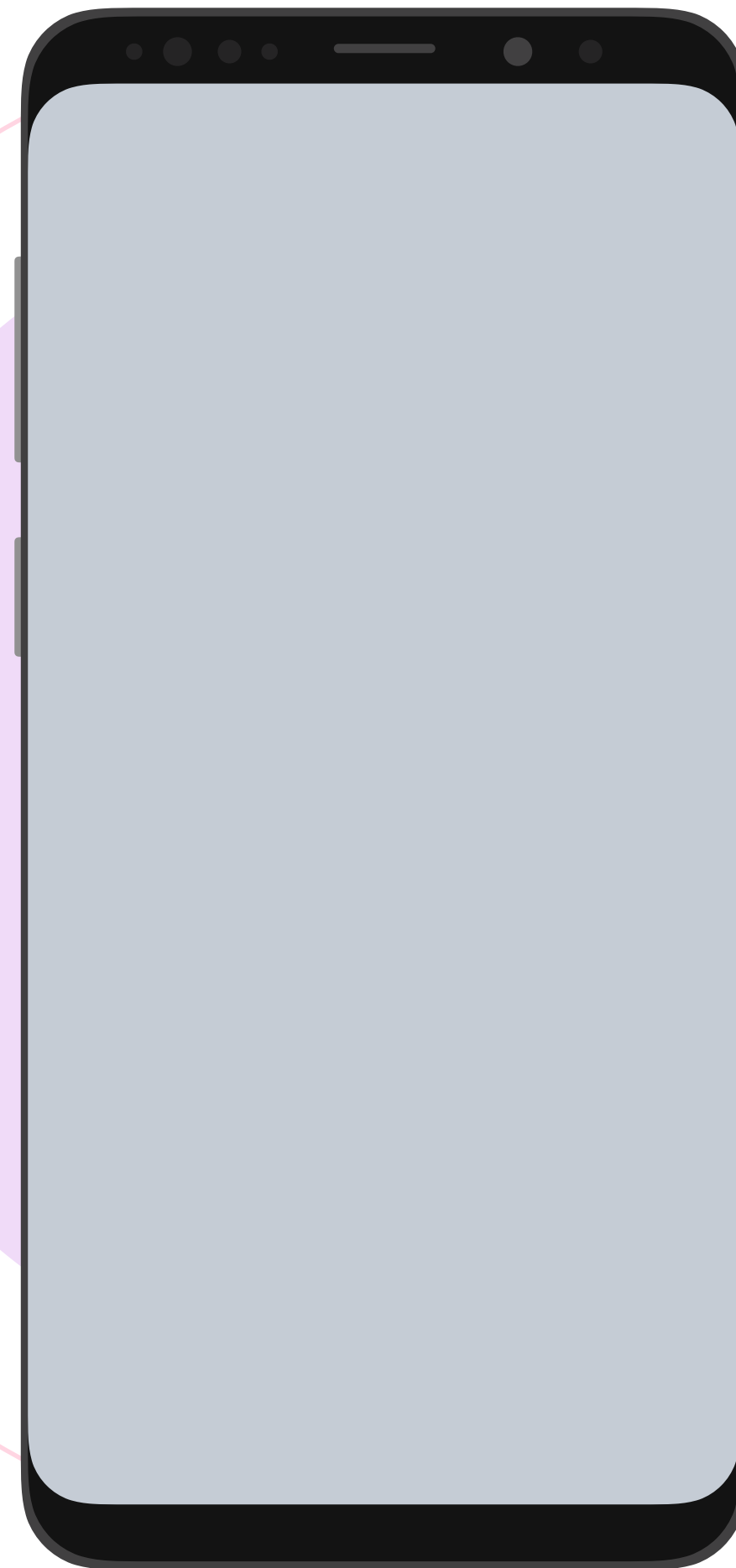
## Todo a un clic

Minimiza los clics hasta la conversión



## Flujo de conversión y onboarding

En mobile sites y app es mucho más sencillo



## Velocidad de carga

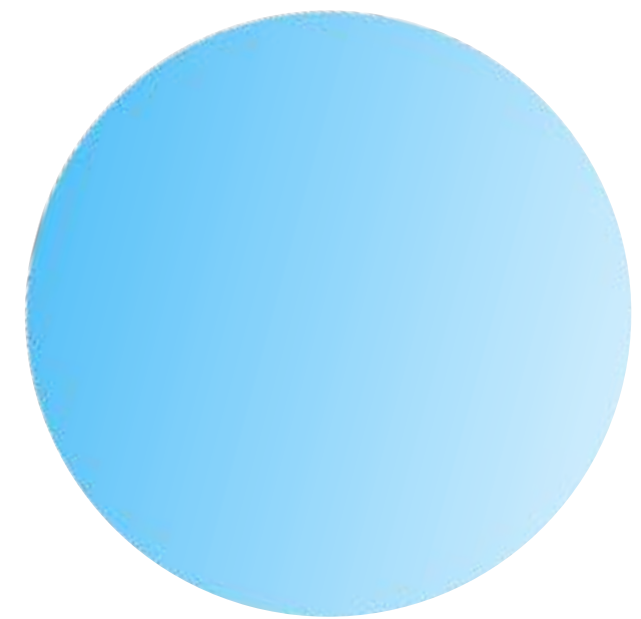
Cuídala

## Reseñas de usuarios

No pongas reseñas falsas ni lenguajes forzados







# Una app puede ser la solución perfecta para aumentar la retención de tus usuarios

Optimiza la visualización de los contenidos, **estarás en los bolsillos de tus usuarios**, en cualquier momento del día y en cualquier lugar.





Descubre

Retención en Apps.

# Retención de Usuarios. En Apps móviles

Lo difícil es que se queden. Una buena estrategia de comunicación puede mantener el interés de tus usuarios en tu app y ayudarles en el *funnel* de conversión.

01

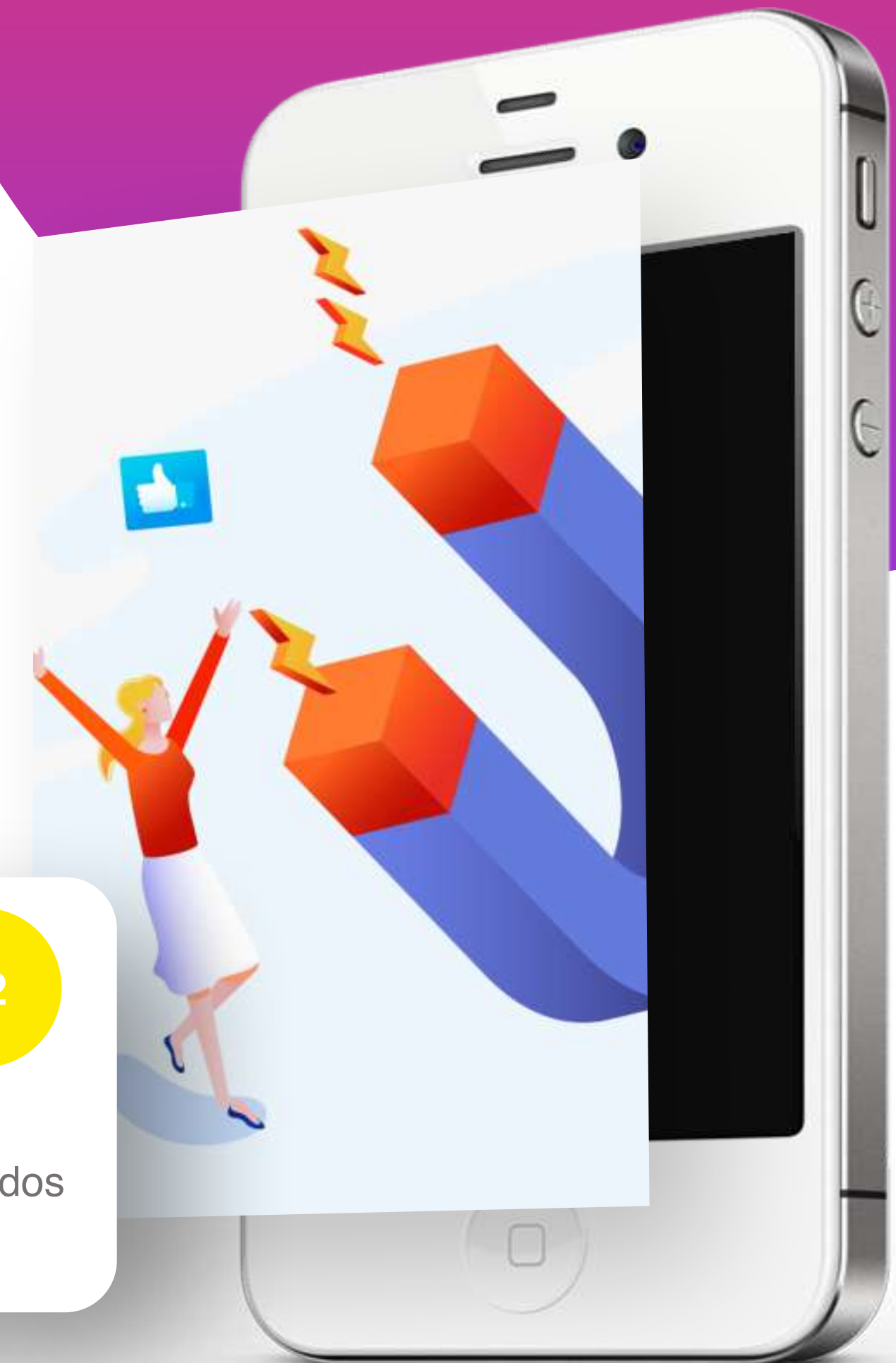
## No todos son iguales

Necesitas analizarlos y diferenciarlos creando segmentos basados en criterios.

02

## Habla con tus usuarios

Fideliza y convierte con Planes de Comunicación Push & In.app personalizados

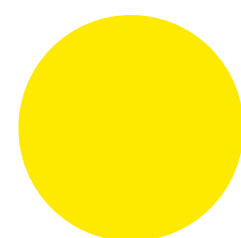




Benchmarks.

# Los puntos de referencia.

## Tasa de retención media de 90 días del 25%.



Los usuarios prueban muchas aplicaciones, pero deciden cuáles quieren "dejar de usar" en los primeros 3 a 7 días.



| Industria de aplicaciones móviles | Valor de referencia de la tasa de retención promedio durante más de 30 días | Valor de referencia de la tasa de retención promedio durante más de 90 días |
|-----------------------------------|---|---|
| Medios y entretenimiento          | 43%   | 24%   |
| eCommerce / Retail                | 37%   | 18%   |
| Viajes y estilo de vida           | 36%   | 18%   |
| Tecnología                        | 33%   | 19%   |
| Juego de azar                     | 27%   | 10%   |



Activación.

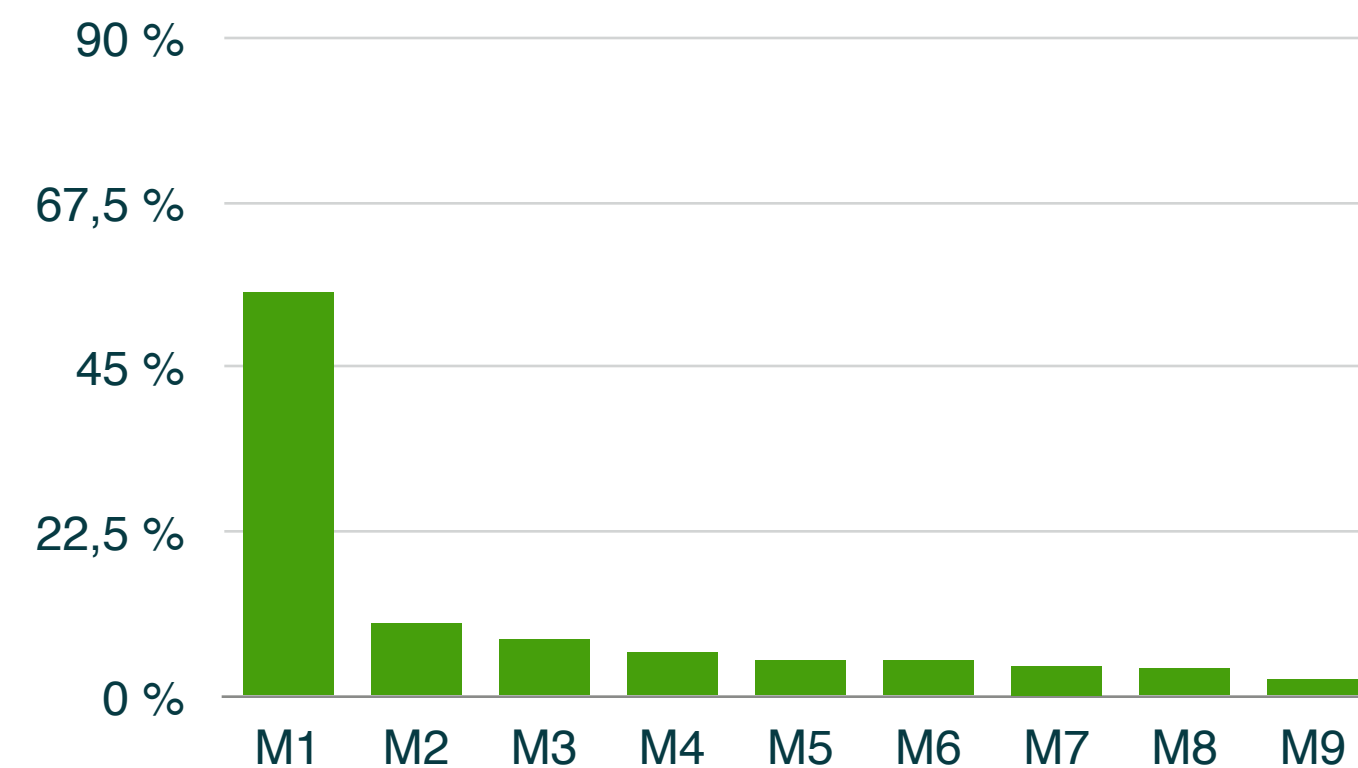
# La flexión de la curva ocurre a través de la activación

01.

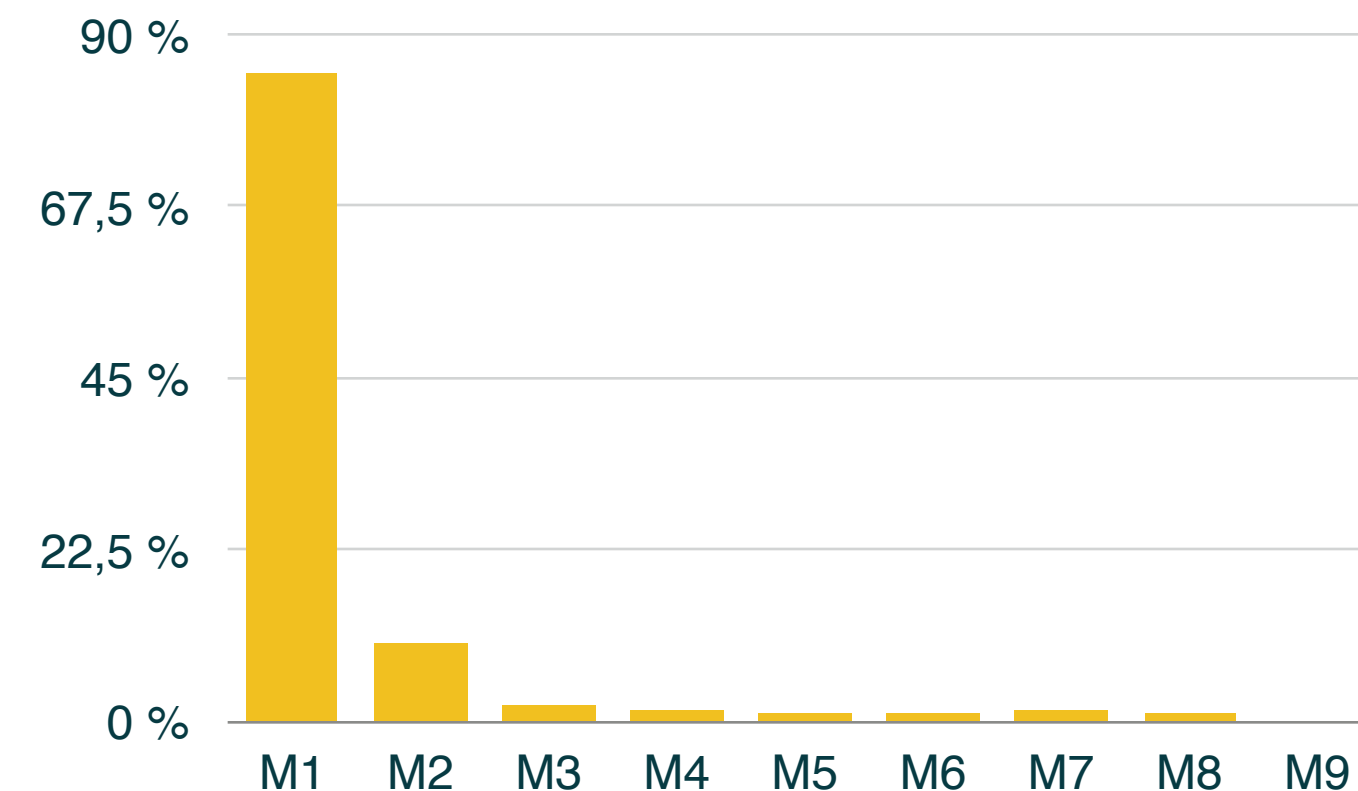
## Activar rápido.

La mejor manera de doblar la curva de retención es apuntar a los primeros días de uso y, en particular, a la primera visita.

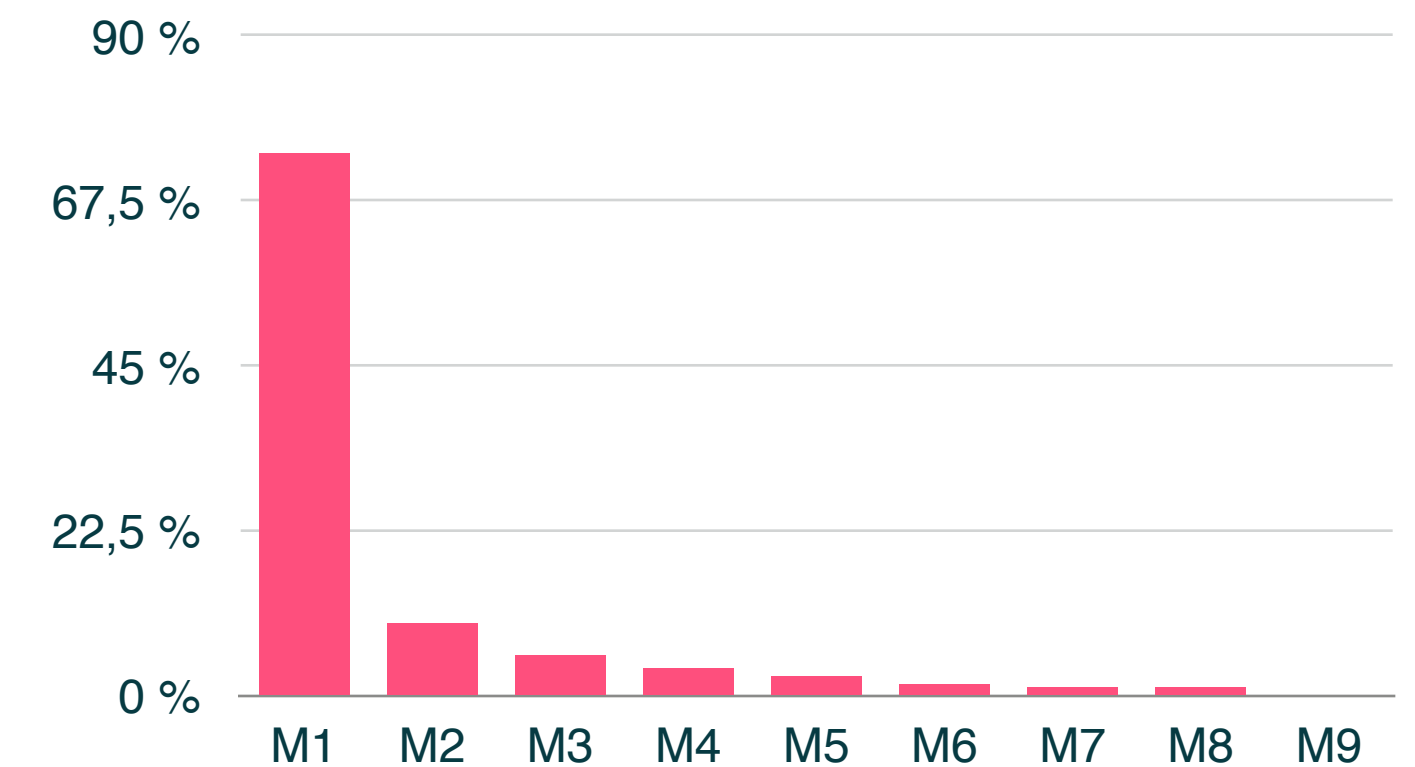
 Orgánico



 Paid



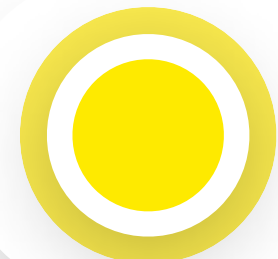
 Inbound





# Habla con el usuario. Automatismo & Planes de Comunicación

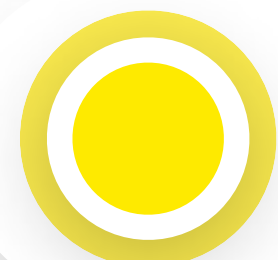
Ayuda al usuario a acabar un onboarding o proceso de compra.



**Retención y Activación.**



**Activación.  
Update de la versión.**



**Adquisición.  
Valoración en Stores.**



**Conversión.**



Plan Relacional.

# Estrategia Cluster

## ✓ No Registrados

Usuarios que se instalaron la app pero que no han realizado ninguna acción

## ✓ No Suscritos

Usuarios que se han registrado pero no han pagado por el servicio premium

## ✓ Recuperación (Churn Users)

Usuarios que desconectaron la cuenta

## ✓ Reactivación (Abandono)

Usuarios registrados que llevan tiempo sin entrar en la app

● PUSH



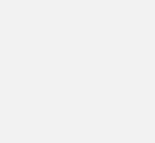
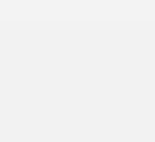
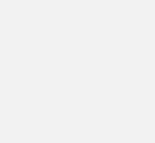
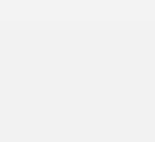
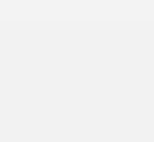
● EMAIL



● IN-APP



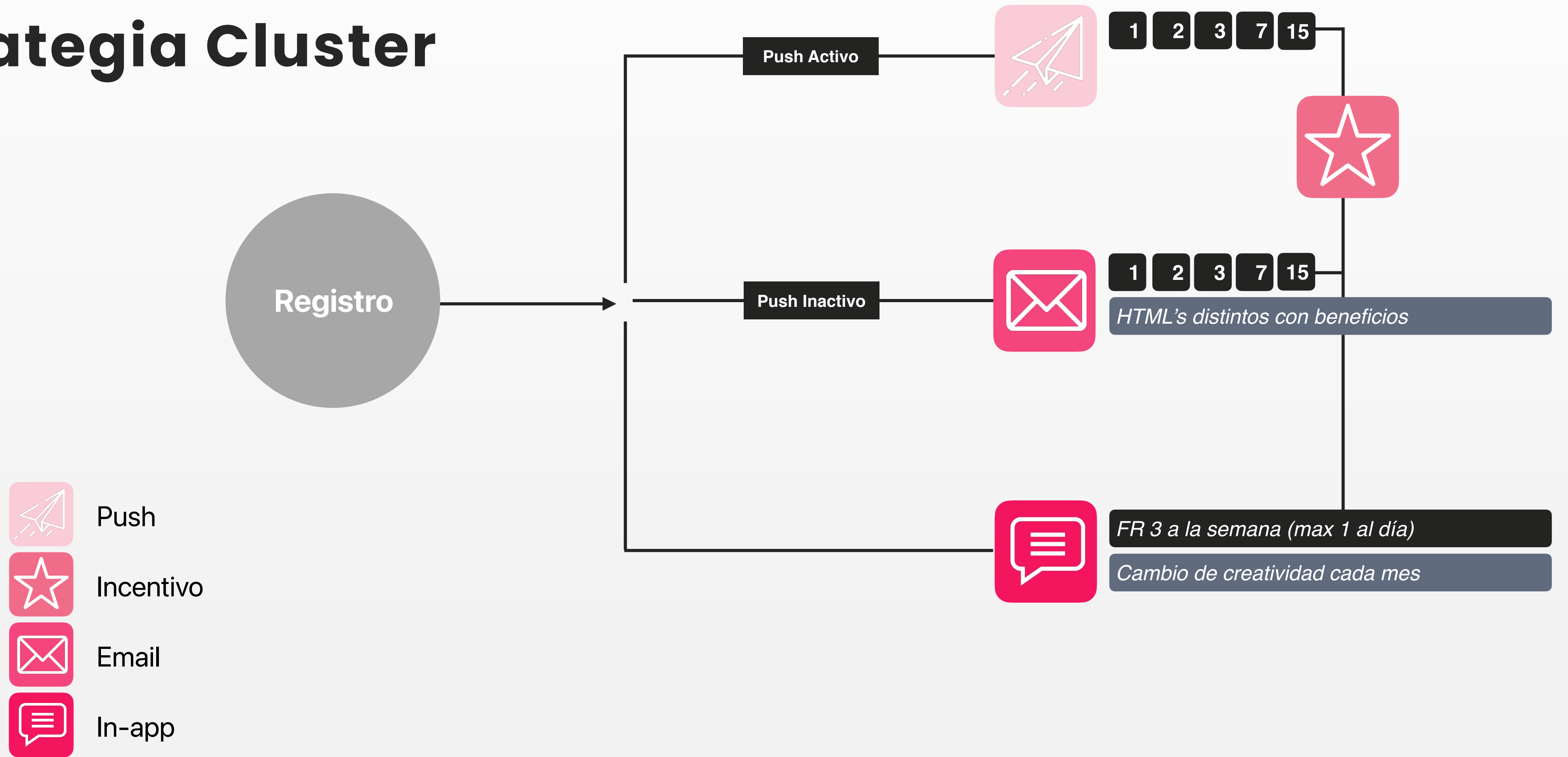
● INCENTIVO





Plan Relacional.

# Estrategia Cluster





# Plan Relacional.



**Segmento**  
F R E C U E N C I A



# Estrategia Push.



Ventana de atribución: 48 horas



Grupo de control: 10% dispositivos



## Estrategia In-App.

| Segmento  | Filtro                              | FR   | Descripción del mensaje  |
|-----------|-------------------------------------|------|--|
| Cluster 2 | Usuarios registrados y no suscritos | < 15 | Mensaje In-App que redirija a la pantalla de suscripción de la App |
|           |                                     | > 15 | Mensaje In-App que ofrezca un incentivo con la suscripción         |



Ventana de atribución: 120 horas



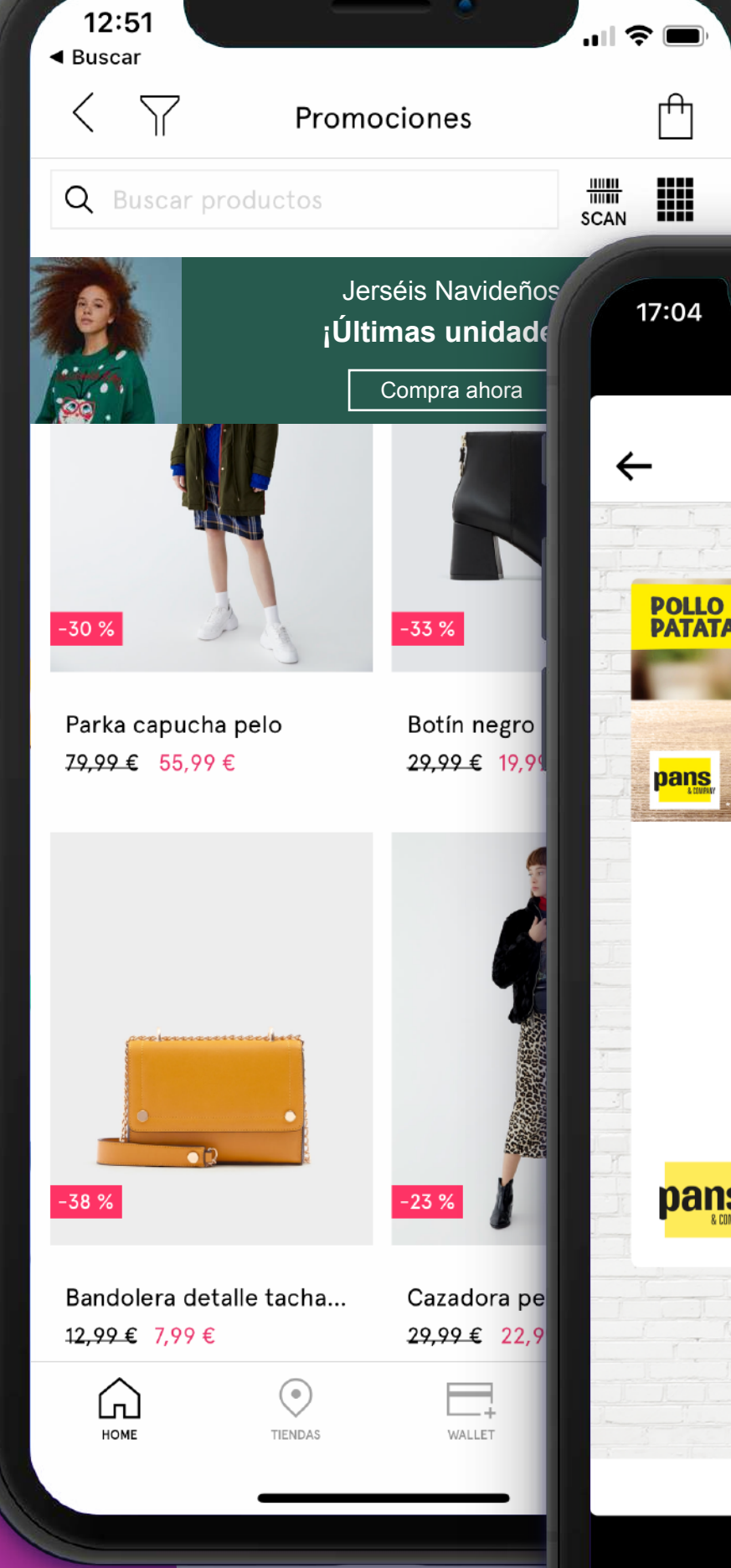
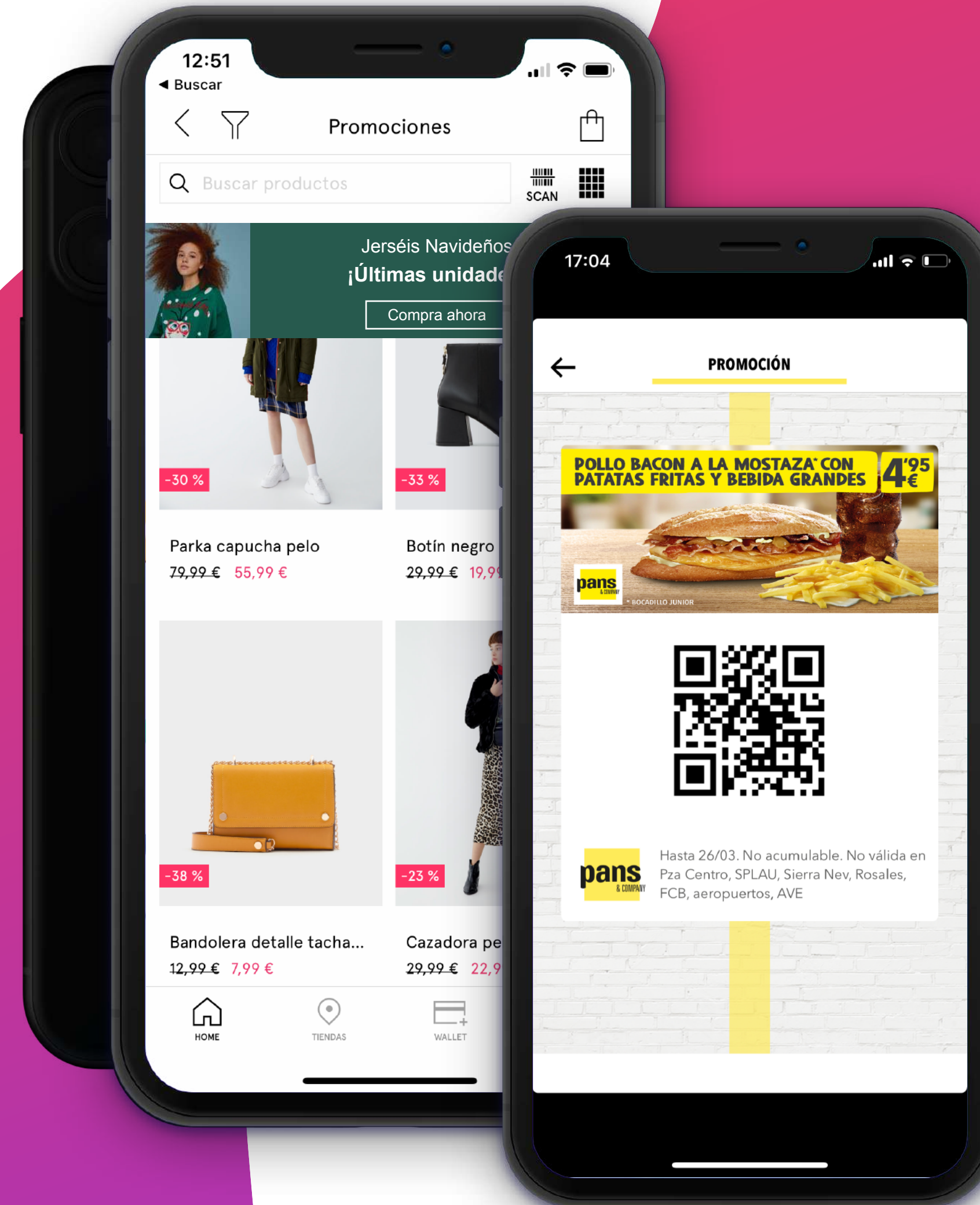
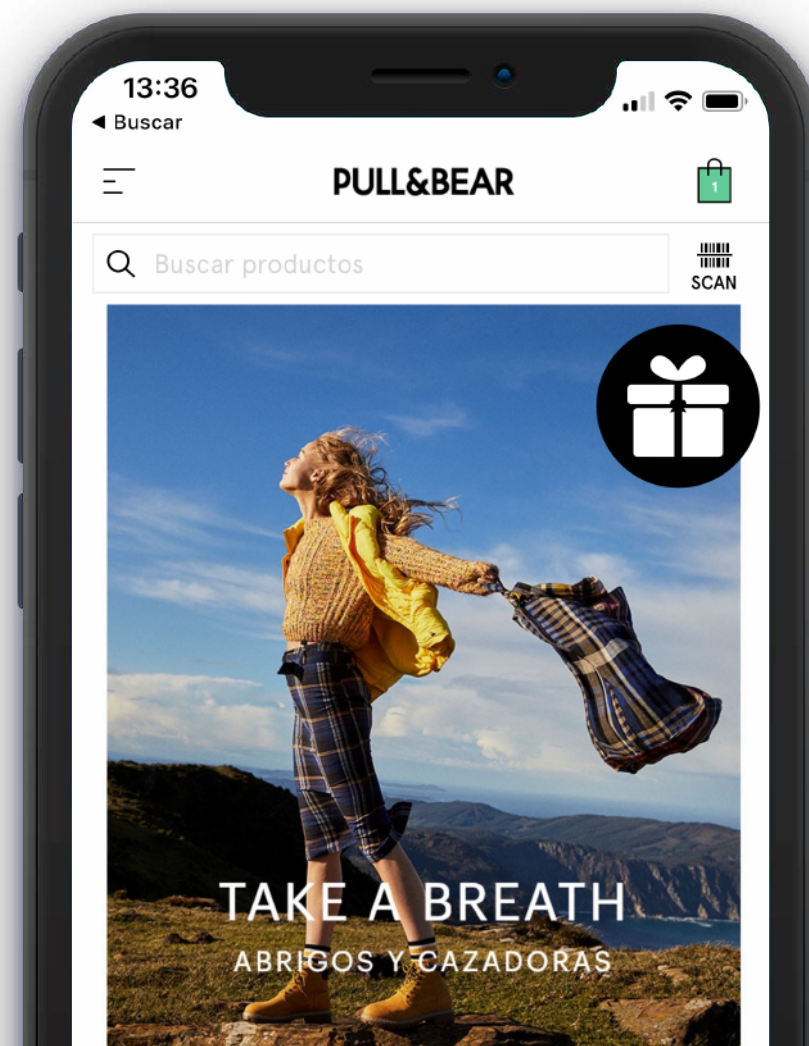
Grupo de control: 10% dispositivos



02.

# Plan Comunicación Mensual

Es más genérico pero da más contenido y hace que la app sea un ente vivo.





03.

## Sweet Moments. Identifica las acciones de mayor satisfacción

Incentiva recomendaciones y valoraciones a través de los canales de mensajería directa:

- ✓ **In-App:** Display & Native Ads.
- ✓ **Out-App:** Push, Email & SMS.



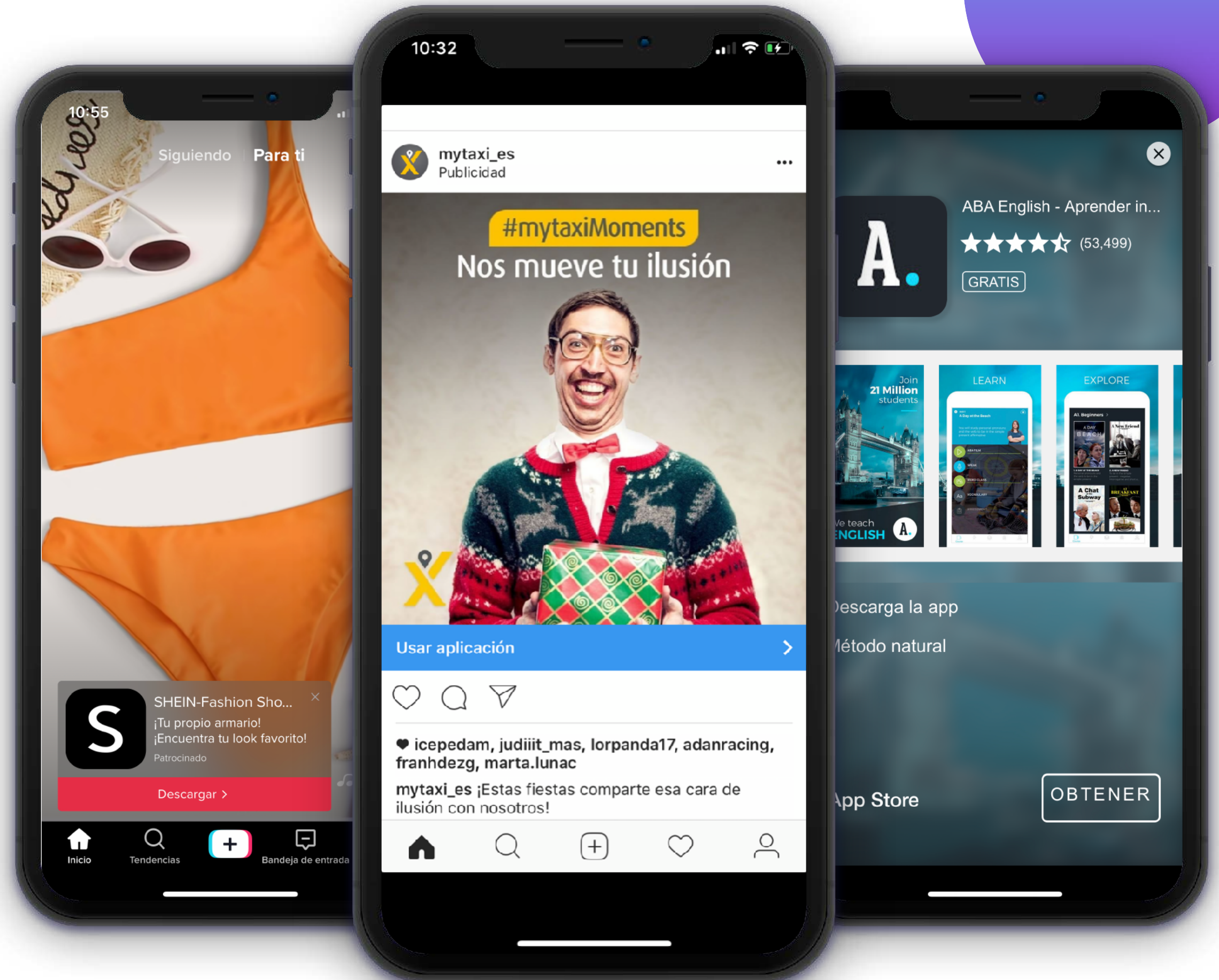
El objetivo es encontrar el **entorno perfecto**. No todos los usuarios tienen la misma predisposición.

04.

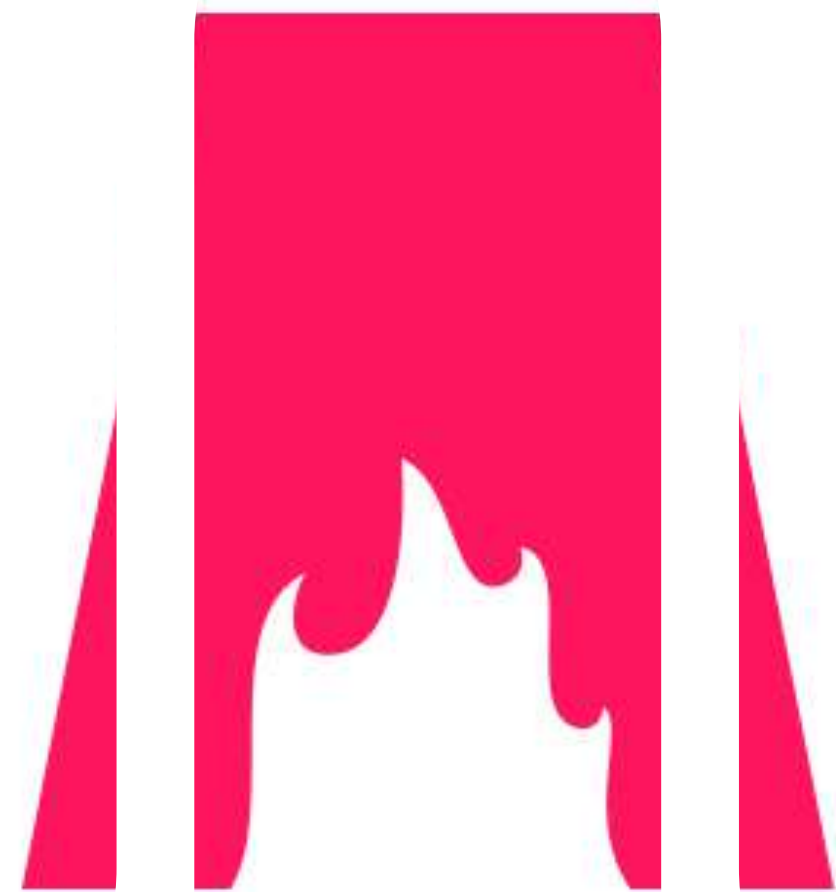
# Retargeting. Reconquista a los usuarios perdidos.



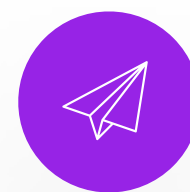
La tasa de clics (CTR) de un  
anuncio de retargeting es 10  
veces mayor



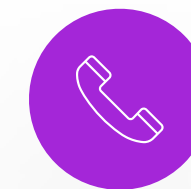




# Hablemos, **Stay touch**



**Dónde estamos**  
Baixada a Salgueira, 28  
36204, Vigo, España



**Phone & Email**  
+34 650 046 454  
[silvia@arde.io](mailto:silvia@arde.io)

**¡Escríbenos!**



[contacto@arde.io](mailto:contacto@arde.io)



[@ardeagenciaappmarketing](https://www.facebook.com/ardeagenciaappmarketing)



[@ardeagencia](https://www.twitter.com/ardeagencia)



**ARDE**

Destaca entre la homogeneidad.

[arde.io](https://arde.io)

Una compañía ARKANA