



¿Cómo ser una aplicación relevante?

Escrito por Martha Gómez Cruz

Publicado: 10 Octubre 2017

Es importante que los bancos y las marcas adopten una actitud comunicativa racional, responsable y basada en un único principio; ser relevante para sus clientes.



87% de los usuarios tiene su celular a menos de un 1m de distancia las 24 horas del día, incluso al dormir; y en promedio tiene descargadas cerca de 30 apps en su equipo, pero utiliza sólo entre 5 a 6, explicó Latinia.

El desarrollador de software para notificaciones financieras multicanal, precisó que la esperanza de vida de una app en la pantalla de smartphone celular es de 3% pasados 30 días; y que el espacio de una pantalla, de entre los 3 o 4 slides que tenga ocupadas por aplicaciones abiertas, es el espacio más caro.

Oriol Ros, Director de Marketing de Latinia, precisó que es importante que los bancos y las marcas adopten una actitud comunicativa racional, responsable y basada en un único principio; ser relevante para sus clientes.

Asimismo, destacó que los usuarios miran la pantalla de su celular más de 150 veces al día, lo que demanda ser muy certero en cuanto al contenido que se desea hacerles llegar, de manera que no se puede ser uno más de las notificaciones que se encuentran en la pantalla cuando se tiene medio segundo para echar un vistazo al móvil.

El director señaló que no hay recurso más escaso que el espacio activo de un teléfono, de manera que una recomendación es saber seducir a estos usuarios en las distancias cortas. "Si un cliente se va, no vuelve, y ese espacio lo ocupará la app del proveedor de TV por cable o cualquier otro servicio".