

# NOTIFICACIONES

## PUSH



### LA CLAVE DEL ÉXITO DE LAS APP

Cada industria debe adaptarse para mantenerse a la vanguardia y adaptarse a las necesidades de los clientes. Los diseñadores por imaginar como será próxima moda popular, mientras que los investigadores tratan de responder a las preguntas más difíciles de la humanidad.

"Llegar a ser un líder de una industria no se consigue solo manteniéndose al día sino creando tendencia"

En 2015 hubo un cambio de tendencia en el tipo de notificaciones push

Notificación Push GENERAL

Notificación Push SEGMENTADA

< 2015

Actualidad

La tendencia a ido cambiando y se ha pasado de notificaciones push generales enviadas a todos los públicos a notificaciones segmentadas en función de los interés particulares de cada usuario. La transición de notificaciones masivas a específicas a favorecido el que el usuario no las perciba como Spam lo que ha generado mayores índices de fidelidad y satisfacción.

¡Te damos las claves para que estés a la última en Marketing Móvil!

## CONOCE TU AUDIENCIA

¡ME ENCANTA LA PIZZA!

El repartidor de mi lugar favorito de pizza sabe mi nombre y lo que pido de memoria. Tengo su aplicación descargada y la uso siempre para pedir la deliciosa pizza de pesto.



Este cliente es vegetariano y el propietario del restaurante tiene esta información por lo que segmenta las notificaciones que hace al cliente evitando enviarle promociones de pizzas de jamón o bacon.

Esto fideliza al cliente y crea una relación estrecha con él, todo gracias a las notificaciones Push.



## NOTIFICACIONES PUSH?

**Aceptar**

Ó

**Rechazar**

El uso de la aplicación está determinado en gran medida por la decisión del usuario de aceptar o rechazar las Notificaciones Push

14.7x



5.4x



Un estudio realizado por Localytics muestra que los usuarios utilizaron una aplicación un promedio de 14,7 veces al mes cuando aceptaron las notificaciones push - un aumento enorme en comparación con las 5,4 veces que los usuarios que rechazaron las notificaciones push

Además los usuarios que aceptaron las Notificaciones Push tienen un índice 3 veces superior de fidelización

El 65% que ha hecho clic en la Notificación volvió a la aplicación después de 30 días en comparación con sólo el 19% de los que no

Tras 90 días, un tercio de los usuarios que aceptaron las Notificaciones Push sigue utilizando la aplicación, en comparación con sólo el 11% que no lo hizo.

Los comercios electrónicos que disponen App Móvil tienen un gran interés en animar a los usuarios a aceptar y continuar utilizando su aplicación, las notificaciones push son esenciales para la interacción con la aplicación y la fidelización de clientes.

## SEGMENTACIÓN PUSH

NOTIFICACIONES PUSH SEGMENTADAS

Esto significa información útil y relevante para sus usuarios, lo cual es sumamente importante cuando estás destinando esfuerzos en incrementar la fidelización

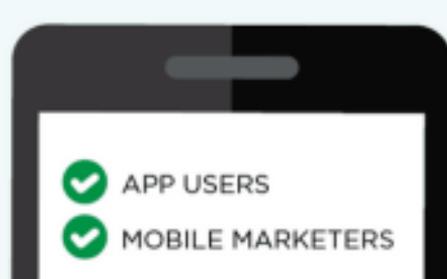
En el 1er trimestre de 2015 se incrementaron un 64% el nº de Notificaciones Push  
Y una media de 51 Notificaciones Push al mes recibidas en cada dispositivo móvil



Imagina que recibes 51 notificaciones push de tu restaurante favorito de pizza. No volverías al restaurante o desactivarías las Notificaciones Push hasta olvidarte de la App

El avance de las notificaciones push trae por igual beneficios a usuarios y empresas, ya que generan una experiencia personalizada que enriquece la interacción.

Los comercios que disponen de una app han estado a la vanguardia adoptando las notificaciones como unas de las principales formas de comunicación con los usuarios



## VE A LA MODA

Las empresas se enfrentan al reto de seguir siendo relevantes para sus usuarios, para ellos necesitan obtener más información y poder seguir segmentando los interés con el fin de personalizar las Notificaciones

Te animamos a que seas creativo y pongas en marcha una campaña de Notificaciones Push

