



Co-Founder do PiniOn
32 Anos
10 Anos de experiência em TI
5 Anos de experiência com Marketing Digital
3 Anos no mundo de Startups

CONTATOS

joao@pinion.com.br
joaospfaria@gmail.com
skype: jpspfaria
facebook.com/johny.faria





MUNDOS DOS APPS



GLOBAL APPS

STORES



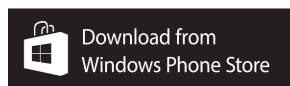
1.6 M Apps



1.5 M Apps



400k



340k

Fonte: Appannie – Julho 2015

MAIS UTILIZADOS



Facebook



YouTube



Facebook Messenger



Google Search



Google Play



Google Maps



Gmail



Instagram



WhatsApp



Twitter



Snapchat

Fontes:

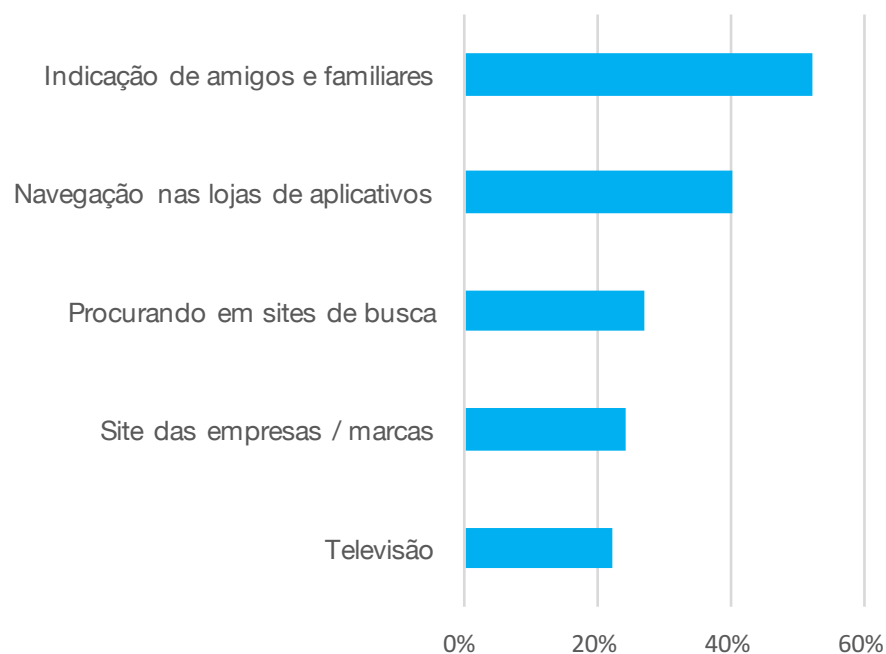
Nilsen 2015

App Annie

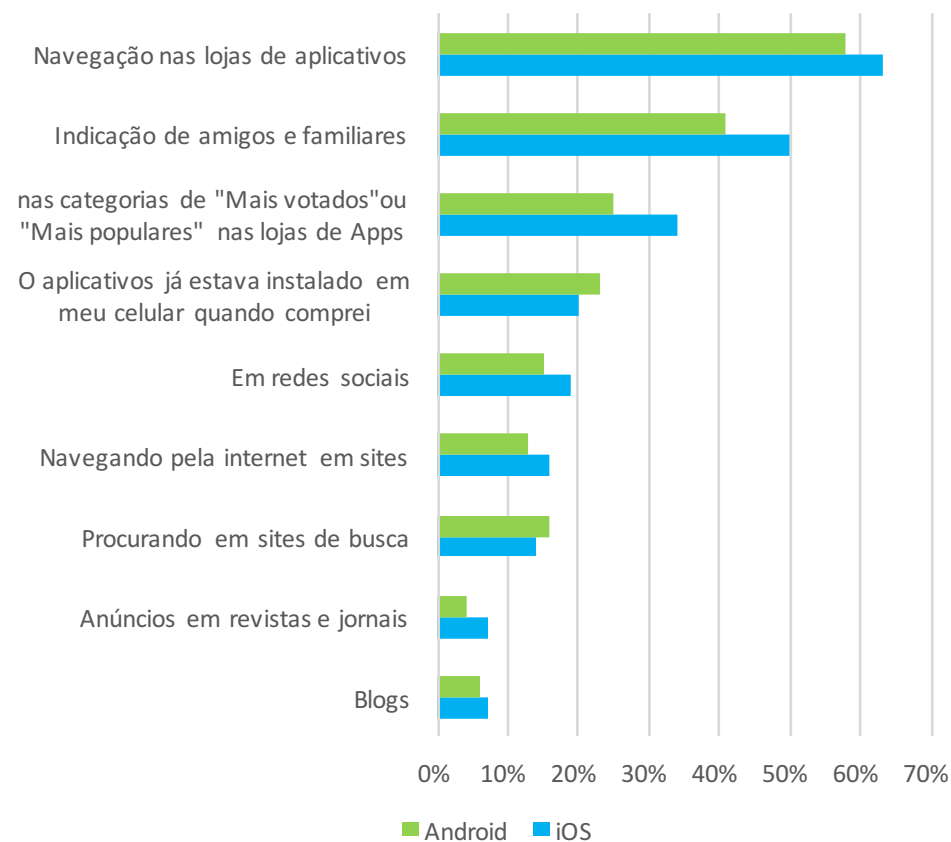
Sensor Tower



FONTES DE **DESCOBERTAS DE APPS**



Fonte: Google/ Ipsos MediaCT – Maio 2015















Fonte: European Technographics Consumer Online Survey, Q4 2012



APPS BRASIL

Cases

-  Easytaxi
-  99taxi
-  Loggi
-  iFood
-  Hellofood
-  Grubster
-  Guiabolso
-  Nubank
-  Playkids
-  Kekanto
-  Get Ninjas
-  Buscapé

Mais utilizados

-  WhatsApp (93%) *
-  Facebook (79%) *
-  YouTube (60%) *
-  Instagram (37%) *
-  Jogos (35%)
-  Mapas (19%)
-  Loja de aplicativos (17%) *
-  Twitter (14%) *
-  Skype (11%)
-  Bancos (10%)
-  Netflix (9,5%)
-  Waze (8%)
-  Snapchat (6,5%) *
-  Spotify (5,5%)
-  LinkedIn (5%) *

Fonte: IBOPE



DADOS DO MERCADO DE APPS

- Usuário de smartphone costuma ter em média 36 aplicativos instalados.
- 26 apps são utilizados em média por mês.
- Metade das pessoas não vão considerar baixar seu app se ele tiver menos de 4 estrelas.
- Somente 26% dos aplicativos instalados são utilizados diariamente.
- 20% dos usuários só vão abrir o App uma vez. (Churn)
- 65% das pessoas param de usar o app três meses após a instalação. (Churn)
- 60% PUSH Opt-out em iOS e 40% no Android
- Marketing de integração (Facebook, Google, Twitter...) aumenta até 26% a conversão de cadastros.

Fontes: Appannie, Appcodes, Localytics, Mixpanel, Google / Ipsos MediaCT



MOBILE MARKETING



MOBILE MARKETING



POSICIONAMENTO

Conhecem nossa marca / app?



AQUISIÇÃO

Como ficam sabendo?



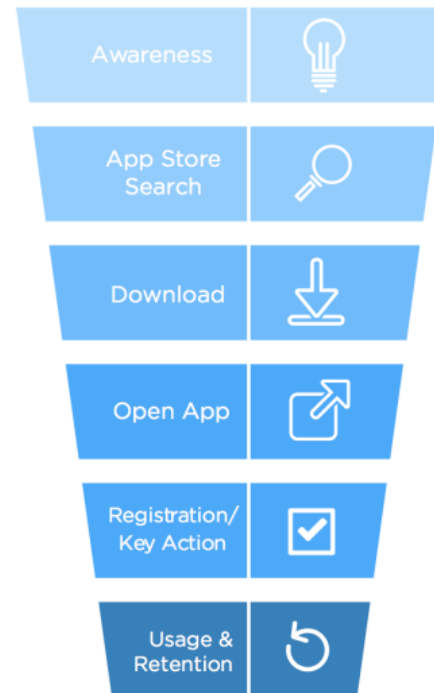
ATIVAÇÃO

Oferecemos uma boa experiência?

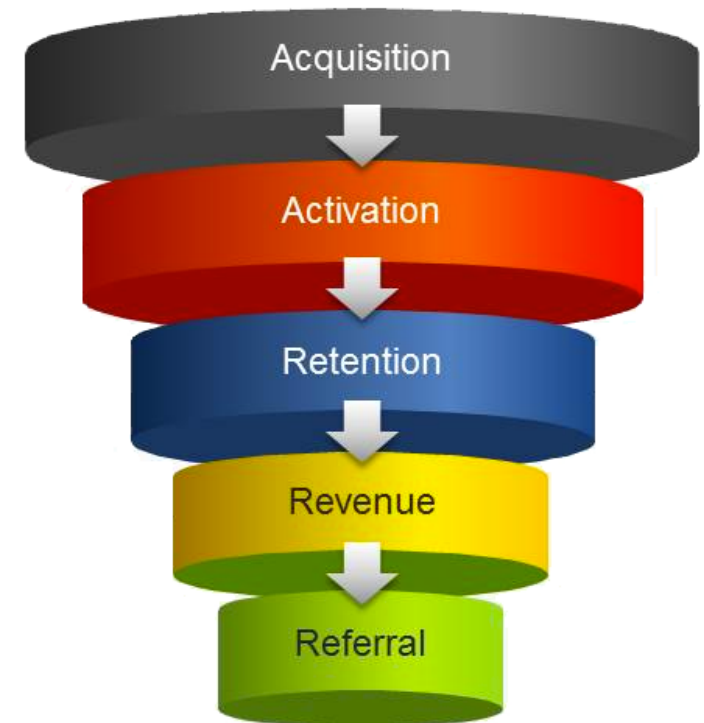


RETENÇÃO

Os usuários voltam?



AARRR





POSICIONAMENTO










POSICIONAMENTO **CANAIS**

Awareness



App Store
Search



- App store  
- Facebook 
- Twitter 
- Instagram 
- Youtube 
- LinkedIn 
- Blog
- Site
- E-mail
- Search
- ADS
- PUSH
- Conteúdo in App, on site, off site
- PR /Assessoria imprensa



ASO (APP STORE OPTIMISATION)

- Divulgar os benefícios e valores do app
- Keywords
- Keywords no título do app
- Keywords na descrição
- Número de downloads
- Rating (Qualidade e volume)
- Avaliações (Qualidade e volume)
- Engajamento / retenção (Usuários ativos & Desinstalações)
- Número de backlinks
- Social proof (G+, FB, Twitter)
- Ícone
- Screenshots
- Video
- Tamanho do App

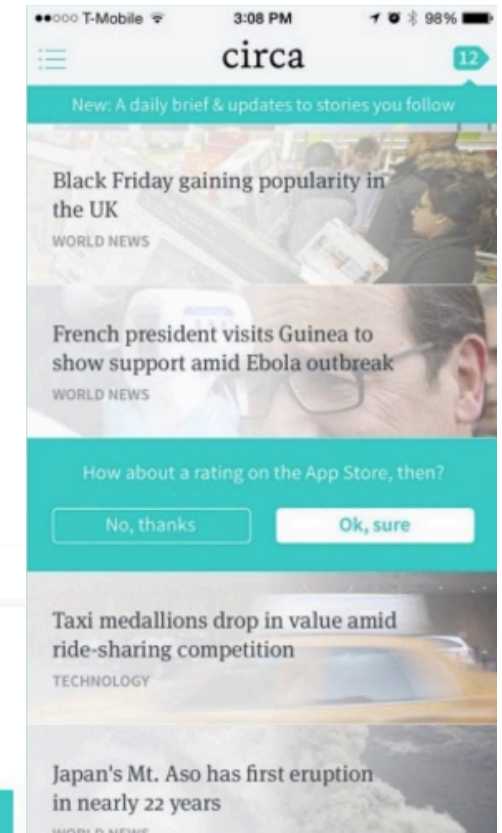


RATING & REVIEW

Solicite aos usuários para avaliarem o seu App.

Solicitar ao usuário certo (Altamente engajado)

- No momento certo
- No lugar certo dentro o app
- Com o processo correto





AQUISIÇÃO



AQUISIÇÃO

OBJETIVO

- Gerar downloads
- Converter usuários de forma consistente, repetível e mensurável

PLATAFORMAS DE ANÚNCIO

- Facebook & Instagram Ads *
- Twitter Ads
- Google Display Network (Youtube, Google Play) *
- Google Search *
- Admob *
- Tapjoy
- Appsfire
- iAd (Apple)





AQUISIÇÃO

CANAIS GRÁTIS DE AQUISIÇÃO

- ASO (App store optimization)
- BLOGS (Conteúdo)
- SEO (Conteúdo)
- Assessoria imprensa (Conteúdo)
- Referências / Indicação
- Redes sociais (Conteúdo)
- Parcerias estratégicas
- E-mail marketing (Conteúdo)
- Eventos (Conteúdo)
- Member get member (Funcionalidade)
- Web to app
 - Text me the app
 - Site download button

MÉTRICAS DE AQUISIÇÃO

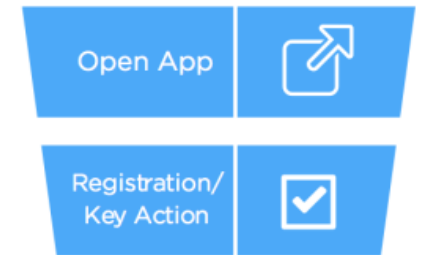
- Downloads (iOS / Android)
- CPC - Custo por clique
- Conversão cliques em installs
- CPI - Custo por Install
 - Por device (iOS / Android)
 - Por canal de divulgação (ROI)



ATIVAÇÃO



ATIVACÃO



OBJETIVO

- Incentivar cadastro.
- Explicar o funcionamento e benefícios.
- Manter as pessoas no app, cumprir a promessa de forma memorável e simples.
- Evitar desinstalação. (Churn)

PLANOS DE ON-BOARDING

- Progressivo
- Funcionalidades
- Benefícios

ON-BOARDING INSIGHTS

- Focar os esforços nos primeiros 60 segundos do usuário no App.
- FTUE (First time user experience)
A primeira impressão é a que fica!
- Dar muita atenção ao usuário durante o cadastro.
- Foque em fazer o usuário utilizar o App.



ATIVACÃO ON-BOARDING

PRÉ CADASTRO

- Passar valores e credibilidade
- Explicar os principais benefícios
- Incentivar o cadastro

PÓS CADASTRO

- Explicar como o aplicativo funciona
- Motivar experimentação - Demonstrar o principal valor do App.
- Apresentar conteúdo e funcionalidades no decorrer do fluxo de engajamento,
- Mostre aos usuários como conseguir ajuda - Central de ajuda / Suporte.
- Canal direto para receber feedback dos usuários.



EXEMPLOS ATIVAÇÃO **ON-BOARDING**

PUSH

- Incentivar cadastro
- Incentivar utilização pós cadastro

MÉTRICAS DE ATIVAÇÃO

- Quantidade de cadastros
- Custo por usuário cadastrado (UAC/CAC)
- Custo por usuário leal (CPLU)
- Resistência de cadastros (Downloads que não geram cadastro)

E-MAIL

Verificação de cadastro

Boas vindas

- Principais benefícios
- Como funciona (Funcionalidades)
- Central de ajuda / suporte
- Canais de comunicação



RETENÇÃO



RETENÇÃO

O maior desafio do mobile

OBJETIVO

- Manter os usuário engajados consumindo o conteúdo e funcionalidades do App
- Evitar desinstalação (Churn)

AÇÕES E FUNCIONALIDADES

- App inbox - Central de notificações
- In app chat (Comunicação 2 vias) – Suporte realtime
- Conteúdo in app (Dev. interno e gerados por usuários)
- Sorteios
- Enquetes / pesquisas
- Novas funcionalidades (App update)
- Deep linking (SEO Conteúdo / Integração Apps)
- Gamification
- Social layer (Compartilhamento)
- App engagement Ads
- Member get member
- PUSH
- E-Mail
- SMS



EXEMPLOS **RETENÇÃO**

PUSH

- Novas oportunidades (Automação)
- Oportunidade próximas (Geo trigger - Automação)
- Recompensas / Prêmio (Automação)
- Divulgação de updates, novas funcionalidades e conteúdo
- Mensagens de agradecimento, sentindo falta, aniversário... (Automação)

E-MAIL

- Divulgar oportunidades (Automação)
- Divulgação de updates, novas funcionalidades e conteúdo
- Mensagens de agradecimento, sentindo falta, aniversário... (Automação)
- Reativar usuários (Automação)

SMS

- Reativar usuários (Automação)
- Divulgar oportunidades (Automação)



RETENÇÃO

CONSTRUIR O PRODUTO CORRETAMENTE

- O produto deve ser divertido, fácil e intuitivo
- Criar o hábito - Incentivar o acesso diário
- Solicitar opt-in (PUSH, E-mail, SMS), fala para o usuário qual o benefício dele dar opt-in

FOCAR NOS USUÁRIOS ENGAJADOS

- Procure por usuários ativos diariamente, pois são eles que geram os melhores insights.
- Usuários que recebem PUSH segmentado convertem 3x mais.

MÉTRICAS

- Usuários ativos mês (MAU)
- Usuários ativos semana (WAU)
- Usuários ativos dia (DAU)
- Usuários engajados (Uma missão nos últimos 30 dias)
- Usuários ultra engajados (Ao menos um saque nos últimos 30 dias)
- Tempo médio de utilização
- Intervalo entre sessões
- Retenção (4, 8, 12 semanas)
- LTV (Lifetime value)



CURIOSIDADES PINION





+ de 450
Projetos realizados

+ de 260.000
Usuários cadastrados

+ de 2.000.000
Missões aprovadas

+ de 40.000.000
Perguntas respondidas

+ de R\$ 1.500.000
Distribuídos para rede



TOOLS



TOOLS

ANALYTICS

- Google analytics
- Mixpanel
- Flurry
- Localytics
- Count.ly

PERFORMANCE TRACKING

- Mobile App Tracking
- TapStream
- Appsflyer

DEEPLINKING

- Branch.io
- Aapplinks
- Yozio

PUSH

- Urbanairship
- Pushwoosh

E-MAIL

- Sendgrid
- Mailchimp

APP INSIGHTS

- AppAnnie
- Apptentive.com
- Appcode
- Apptweak
- Searchman
- Ssensortower



joao@pinion.com.br
joaspfaria@gmail.com
skype: jpspfaria
facebook.com/johny.faria