Los secretos del Onboarding

Cómo dar la bienvenida e involucrar a nuevos usuarios

Demuéstralo o piérdelos

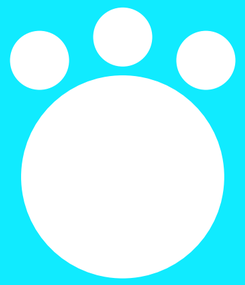
La apps pierden el 77% de sus usuarios en los 3 primeros días después de su instalación. Para que esos usuarios se queden, deben encontrar tu aplicación valiosa. De lo contrario, desaparecerán o se quedarán inactivos.

No centres tus esfuerzos en la adquisición para mantener el cubo lleno. Cuesta 25 veces más adquirir un nuevo usuario que retener uno existente. Este esfuerzo está condenado al fracaso.

¿Por qué es importante el onboarding?

La Retención de usuarios comienza con la primera experiencia del usuario y el proceso de incorporación. Esta es la experiencia más crítica en tu app porque es cuando los usuarios aprenden cómo funciona y sobre todo, por qué la necesitan en sus vidas.

Los resultados de una gran incorporación



Da una primera impresión que informa y deleita

Diferencia a usuarios activos de inactivos, permitiéndoles avanzar hacia la conversión o el re-engagement

Reduce caídas y abandonos

No es cosa de una vez

Algunos profesionales definen la incorporación como un proceso único que sucede cuando un usuario inicia una app por primera vez. Pero están confundiendo Onboarding con el tutorial de recorrido.

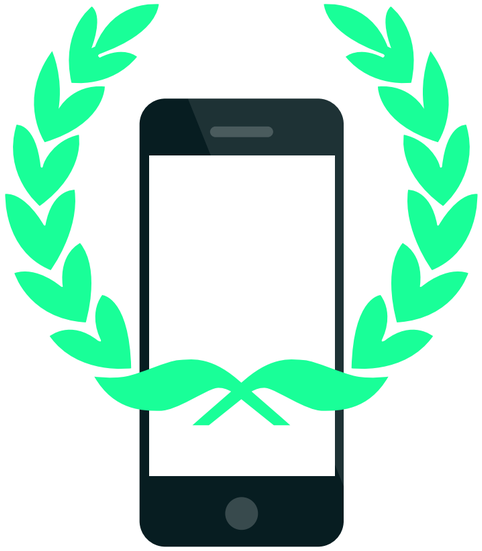
La incorporación es más que un recorrido. Es un constante proceso de educación. Cuánto más profundas sean las funcionalidades de tu app, más importante es incorporar a los usuarios correctamente.

Los secretos revelados

Beneficios antes del registro

El 82% de los usuarios dice que quiere que las apps proporcionen una razón clara para solicitar información. Diles por qué lo necesitas.

Muéstales algo de valor antes de exigirles información. Una vez estén de tu lado y vean los beneficios, es más probable que accedan a dar sus datos.



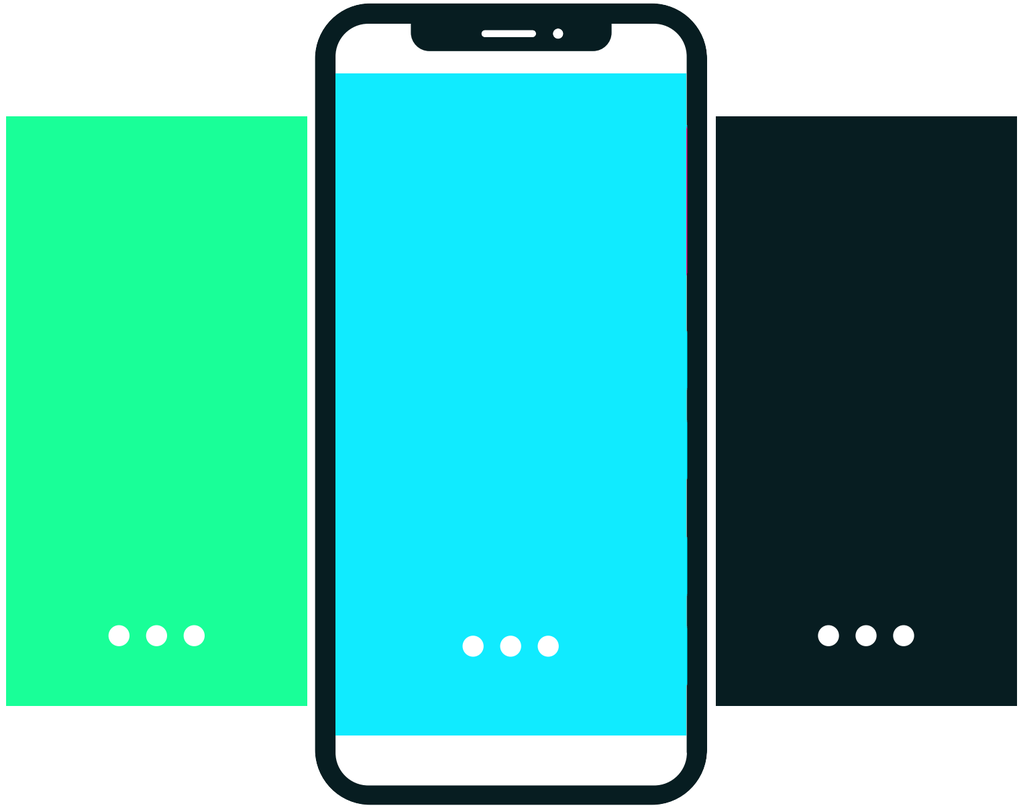
Deja claro lo que ofrece tu app, de forma breve, concisa y ocupando una sola pantalla.

Si no consigues captar al usuario con ese valor, se irá. Si lo convences, condúcelo a un registro para acceder.

Solo tres beneficios

Limite la incorporación para resaltar tus 3 beneficios más importantes y eso es todo. Si muestras más que eso, los usuarios pueden sentirse abrumados. Especialmente si no están familiarizados con tu app.

Además, si usas varias pantallas, resalta solo un beneficio o funcionalidad por pantalla. Corres el riesgo de confundir a nuevos usuarios.



Muestra cómo tu App resuelve problema

No te centres solo en las funcionalidades, céntrate en la resolución de problemas. Describe los puntos débiles que resuelve en la vida de los usuarios.

Por ejemplo, muestra una serie rotativa de 3 o 4 ilustraciones animadas acompañadas en la parte inferior de un Call to Action, ya sea Registro o Iniciar Sesión.

Pasos, saltar, progreso

No los dejes colgados sobre cuál es el siguiente paso en la incorporación. Muestra siempre cuántos pasos quedan y permíteles saltar.

Llega a la esencia

No es necesario explicar las funciones que son obvias. En cambio, explica las funciones que podrían estar escondidas en un menú. Si tu app es simple, ¡no la compliques!

Haz un registro simple

Solo solicita detalles personales esenciales. El 72% de los usuarios dice que completar la incorporación en menos de un minuto es clave en su decisión de seguir usando la app.

Acelera con RRSS

Recopila información del usuario rápidamente proporcionando inicios de redes sociales. Tendrás el nombre, email, sexo, edad y más, sin parecer que quieres demasiada información por adelantado.

Los inicios de sesión sociales aumentan las tasas de registro hasta en un 50% y las tasas de conversión de registro hasta en un 20%.

Involúcralos de forma multicanal

No te limites a los in-app messages. Complementa con otros canales que tengan sentido: tutoriales por email, tutoriales en video, soporte de chat en tiempo real...

Recompensa por registro

Incentiva a tus nuevos usuarios ofreciendo algo valioso al completar su proceso de incorporación o registro. Puede ser cualquier cosa, desde puntos de recompensa, envío gratis o acceso a contenido exclusivo.

Rompe el proceso

Divide en pasos más pequeños el proceso de incorporación para no sobrecargar al usuario. Haz primero un recorrido por el producto y más adelante, utiliza otros canales para avanzar hacia la conversión..

Solo permisos esenciales

Solicitar demasiados permisos es una de las principales razones por las que los usuarios no completan la incorporación.

Pero informar exactamente por qué necesitas ciertos permisos puede eliminar las dudas y aumentar las tasas de aceptación.

Los secretos del Onboarding

EMMA