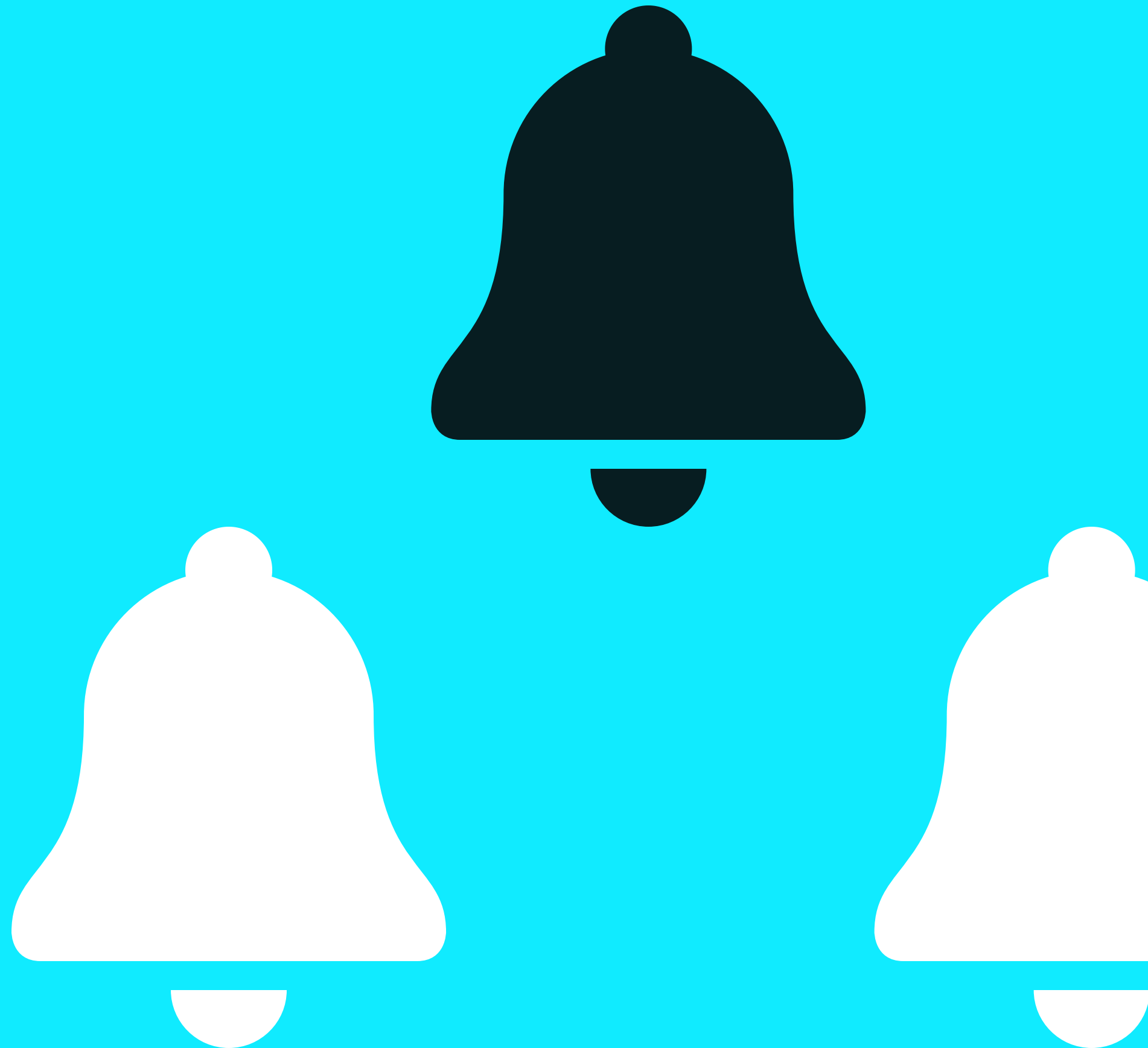


Notificaciones Push

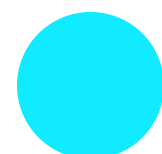
Cómo sacarles partido





Inmediatez Personalización Segmentación Fidelización

Conseguir que los usuarios descarguen tu app es sólo el primer paso en el proceso de captación, después hay que fidelizarlos. Una de las mejores herramientas para lograrlo son las Notificaciones Push

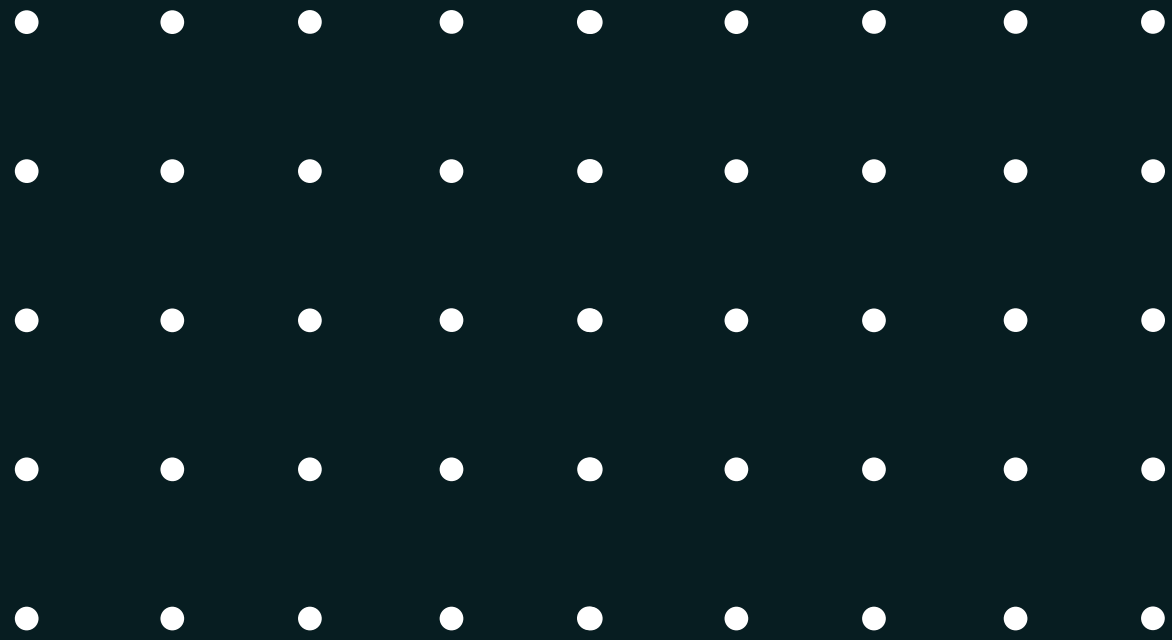


-
-
-
-
-
-
-
-
-
-

Una estrategia de Notificaciones Push bien realizada, puede suponer un canal de comunicación muy efectivo entre tu marca y tu público

-
-
-
-
-
-
-
-
-
-





Algunos buenos ejemplos



El supermercado te
avisa de las ofertas de
la semana



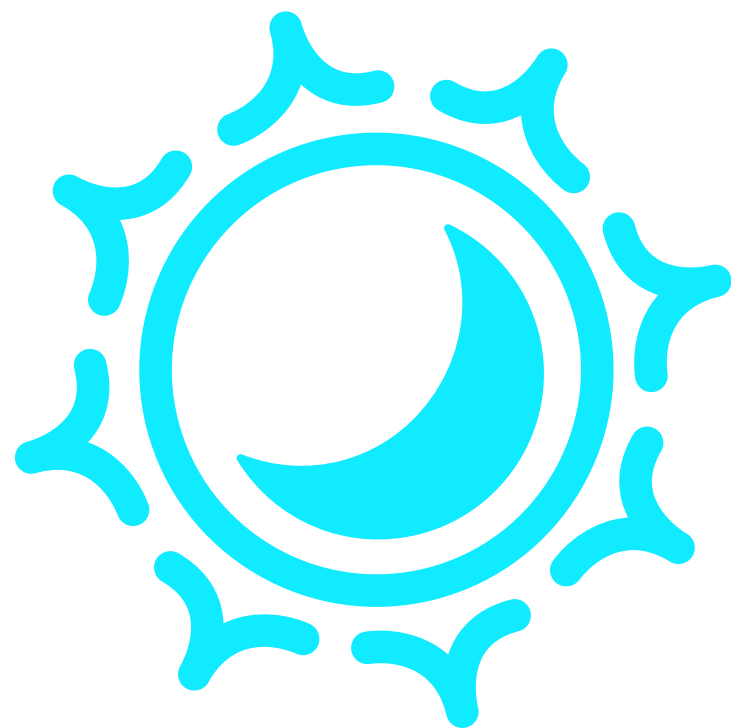
Tu tienda favorita te
comunica que han llegado
las novedades del mes



Una app que usas con
frecuencia te invita a realizar
una acción no conocías

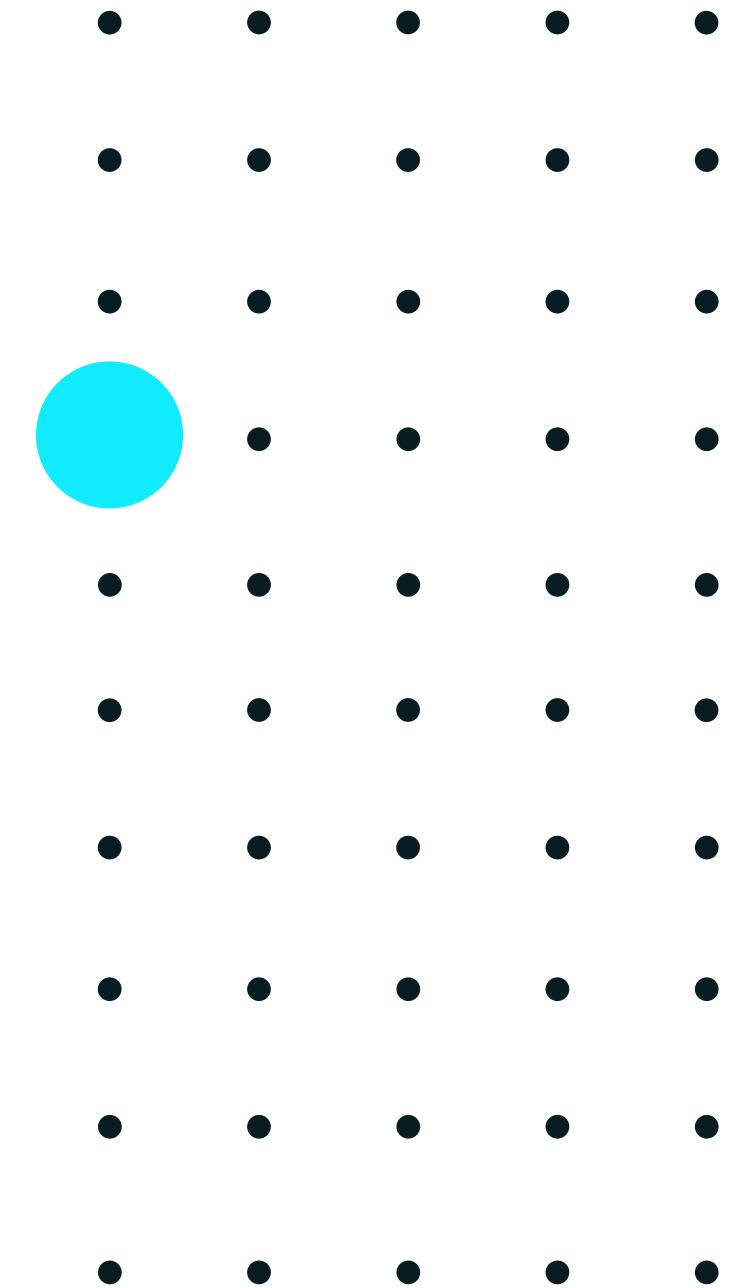
Reactivan usuarios dormidos

Muchas veces tenemos alta cantidad de usuarios registrados en nuestra aplicación pero no realizan ninguna compra o incluso no interactúan con la app. Necesitas llamar la atención y volver a introducir al usuario a tu app. Puedes hacerlo con promociones o vales descuento.



Recuerdan actualizar la aplicación

Es muy importante que el usuario utilice la versión más actualizada, ya que incorpora mejoras o incluso nuevas funcionalidades. De este modo el usuario siempre estará al día.



Promociones puntuales

Recibir muchas notificaciones en un corto intervalo puede irritar a los usuarios, haciendo que apaguen las notificaciones o incluso que eliminen la aplicación. informando.

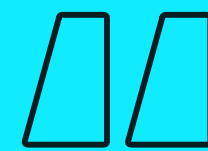
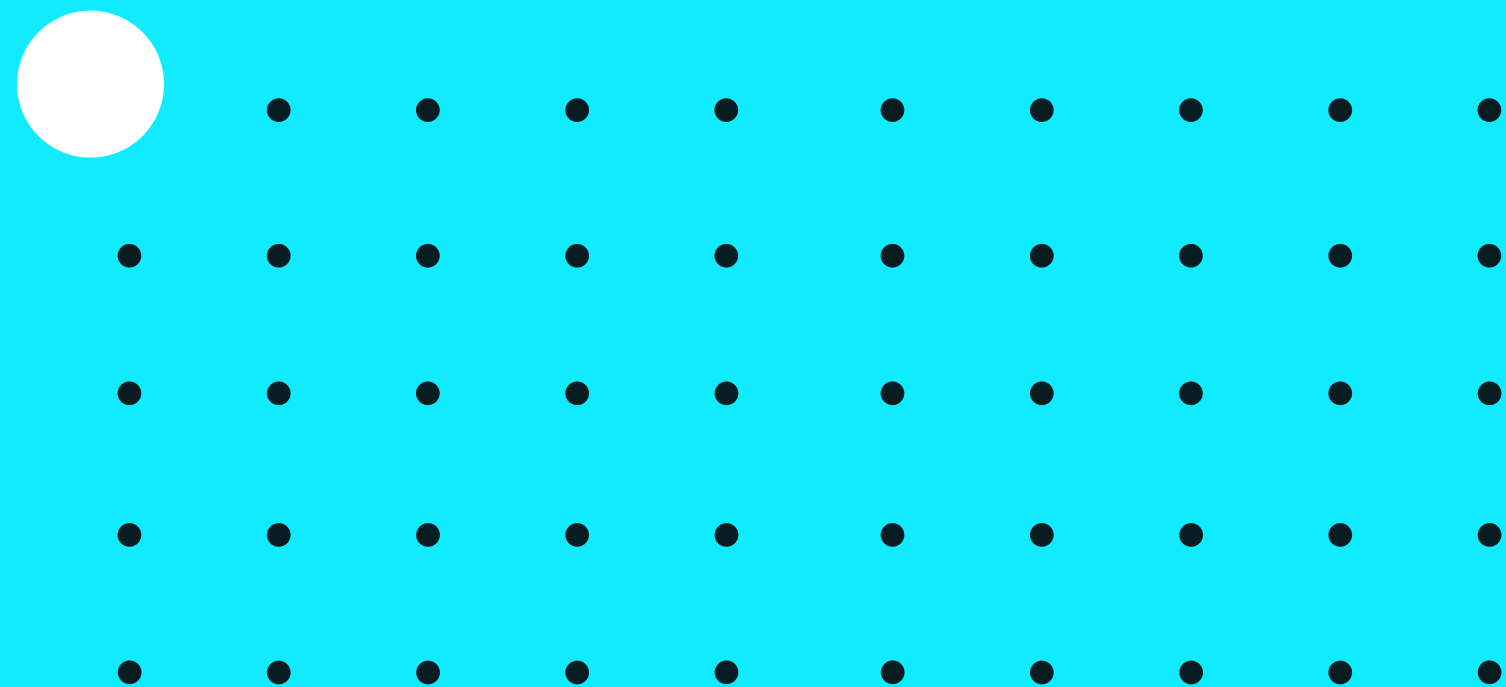
Cualquier notificación push equivale a una interrupción, está destinada a captar nuestra atención. Si nosotros compartimos un mensaje irrelevante para el usuario es probable que este se irrite por la interrupción.

-
-
-
-
-
-
-
-
-
-

Vale más la calidad que la cantidad y aporta una mayor satisfacción al usuario



Buenas prácticas



Deben ser mensajes útiles, adaptados y relevantes para el usuario.



-
-
-
-
-
-
-
-
-
-

*Recibir entre 2-3
notificación push
semanales
debería ser el
máximo salvo
contadas
excepciones*

-
-
-
-
-
-
-
-
-
-

Control

Para que un envío de notificación push tenga la aceptación correcta es fundamental controlar la cantidad que enviaremos a cada usuario.

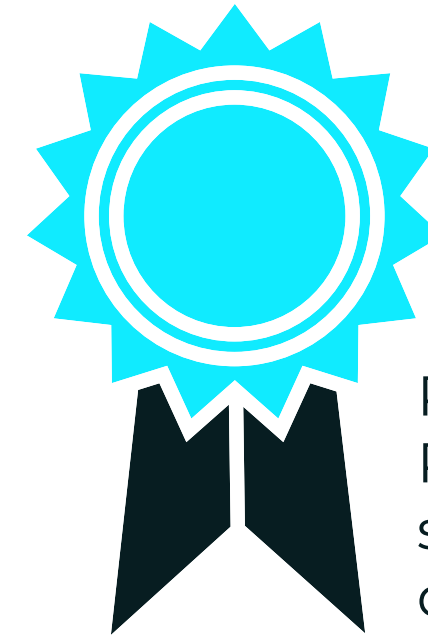
Recordar al usuario una actualización o una nueva promoción está bien, pero si estás constantemente alertando de ofertas, eventos o promociones es probable que el usuario se sature..



Respetar días y horarios

Si no tenemos esto claro, puede producirse la avalancha de bajas inesperadas. Es fundamental para una buena práctica de notificaciones push considerar el estilo de vida y los hábitos de los usuarios a los que nos vamos a dirigir.

Enviar una notificación push un domingo a las 9 de la mañana o un viernes a las 10 de la noche no es la mejor decisión, provocarás en el usuario un claro rechazo hacia tu marca.



Por ejemplo, analizando el Ratio de apertura de un supermercado observamos que el lunes y el jueves son los días cuando los usuarios están más receptivos.

Aprovecha las horas muertas o aburridas de la jornada laboral es importante para tener éxito con las campañas.



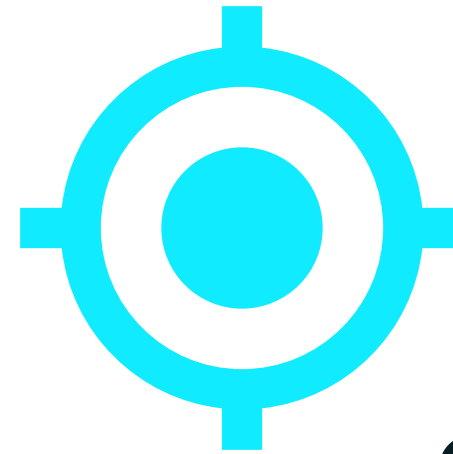


Utilizar textos cercanos

Estamos comunicando algo importante para nuestra empresa y queremos que también sea importante para el usuario.

Se tienes que notar que quién está hablando es alguien de la marca y no una máquina

Mantén un tono distendido y regala una sensación positiva al usuario. Es fundamental crear un mensaje directo, y lo más visual posible.



Objetivo claro

No tiene sentido enviar una notificación para cada cosa que se nos ocurra. Debemos tener un objetivo claro y hacer un envío adecuado a él.

Establecemos unos parámetros y enviamos notificaciones concretos a los usuarios que responden a estos.

Utilizando analítica y segmentación podremos seleccionar nuestro cluster de usuarios.

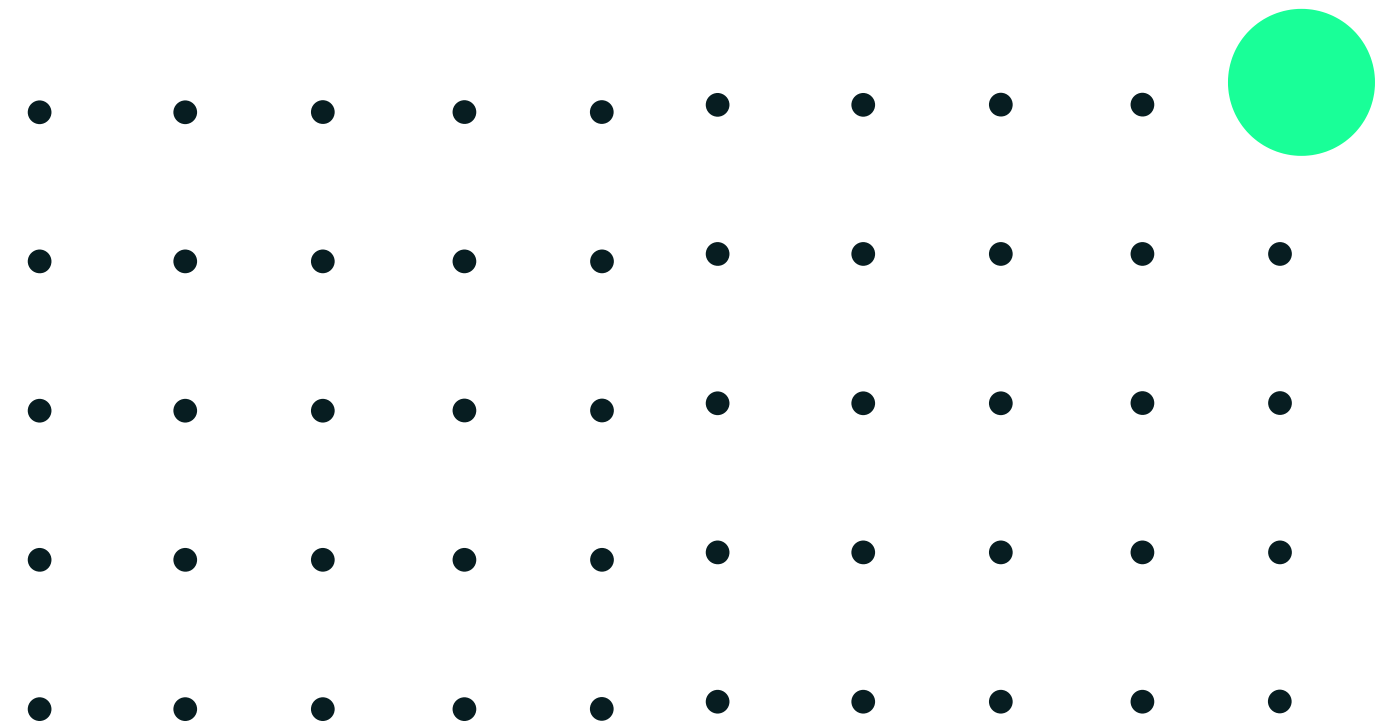


Posibilidad de anular la suscripción

Que el usuario decida es importante. Hay muchas razones por las que el usuario puede querer desactivar las notificaciones. Por recibir demasiadas de otras Apps o por ser contenido poco relevante, por ejemplo.

Nunca debemos ocultar la funcionalidad y debe ser una acción sencilla y rápida.

Permite que los usuarios puedan editar sus preferencias introduciendo una pestaña en tu App.



Notificaciones Push

Cómo sacarles partido

