

Come incrementare la ritenzione delle app

La ritenzione delle app è la sfida più seria dell'app marketer



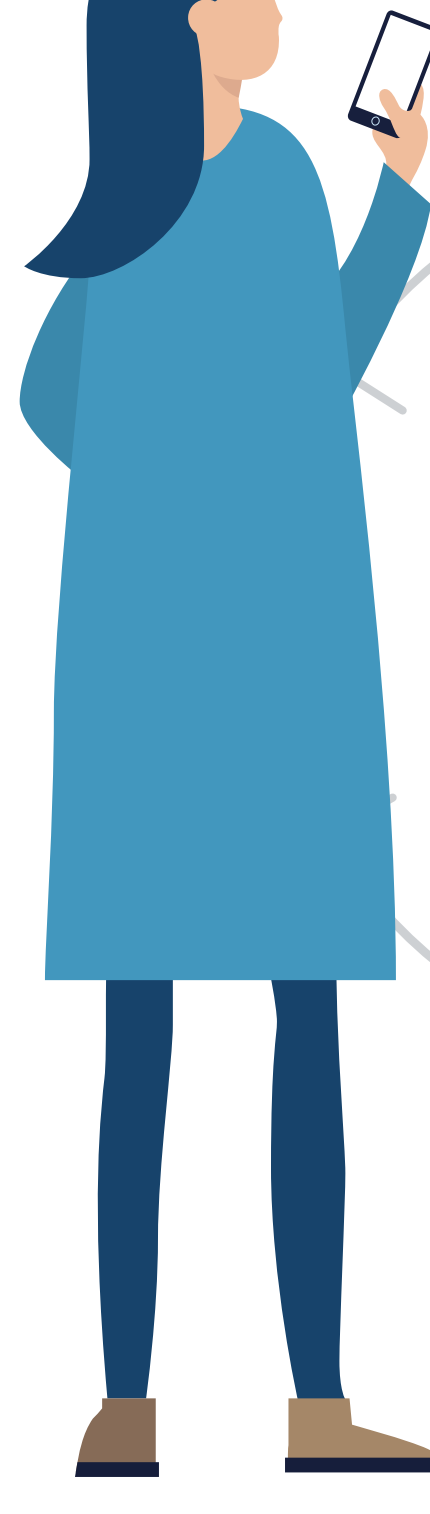
il **49%**¹ degli utenti app l'abbandona dopo 1 giorno



1/3² degli utenti effettua solo 1 sessione app

Ma se riesci a farli restare "nei paraggi"...

I tuoi utenti app sono tra i tuoi clienti più coinvolti



Il tempo medio per sessione app è di **5 minuti e 38 secondi**³

In ogni sessione app si verifica una media di

4,5⁴ eventi



Che cos'è un evento app?

Gli eventi includono login, caricamento pagine e acquisti in-app

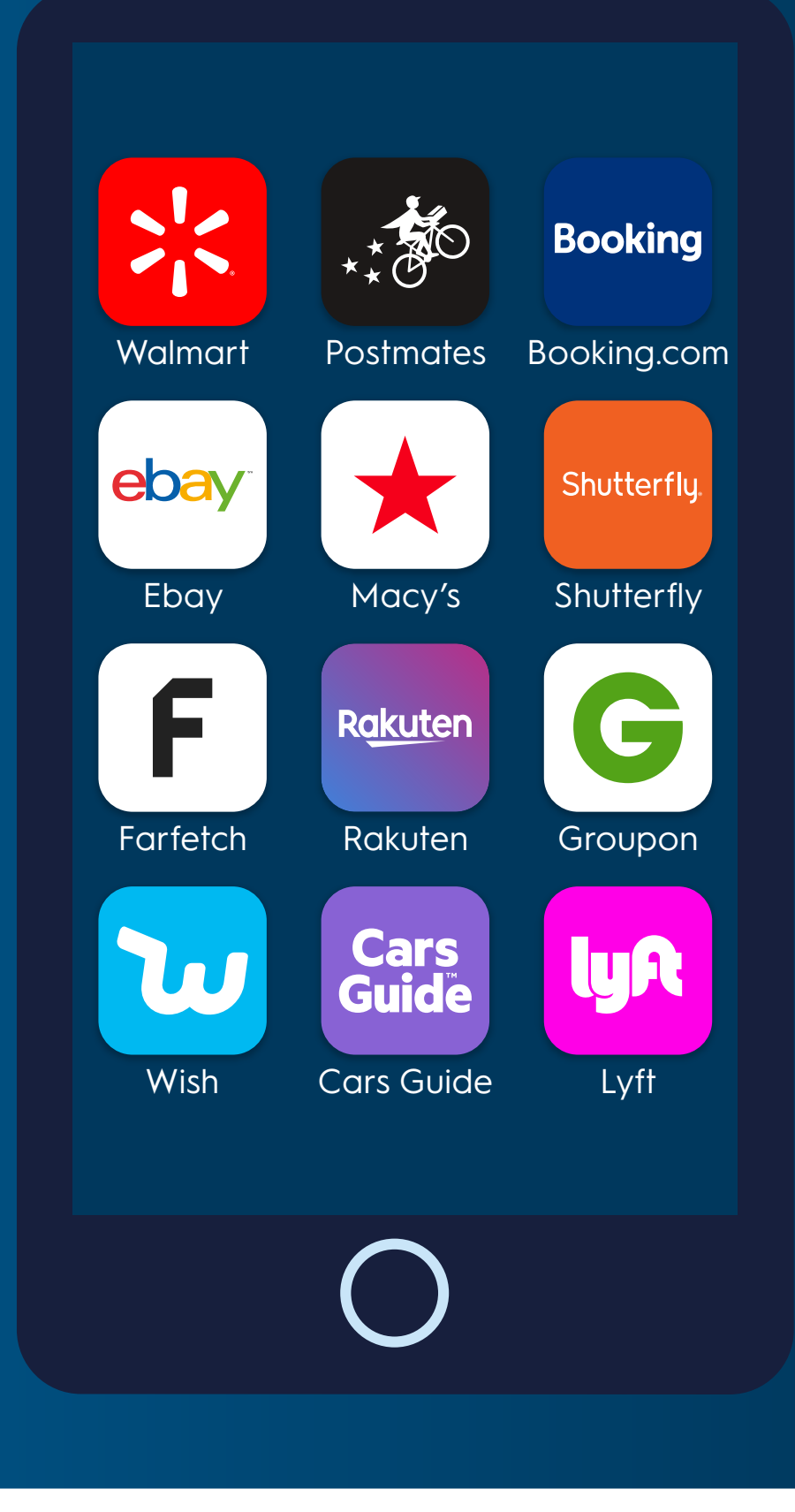
Come è possibile mantenere un numero maggiore di utenti app coinvolti?

Definisci prima di tutto l'obiettivo della tua app.

Hai una commerce app....

La funzione delle commerce app è principalmente quella di stimolare gli utenti a effettuare un acquisto.

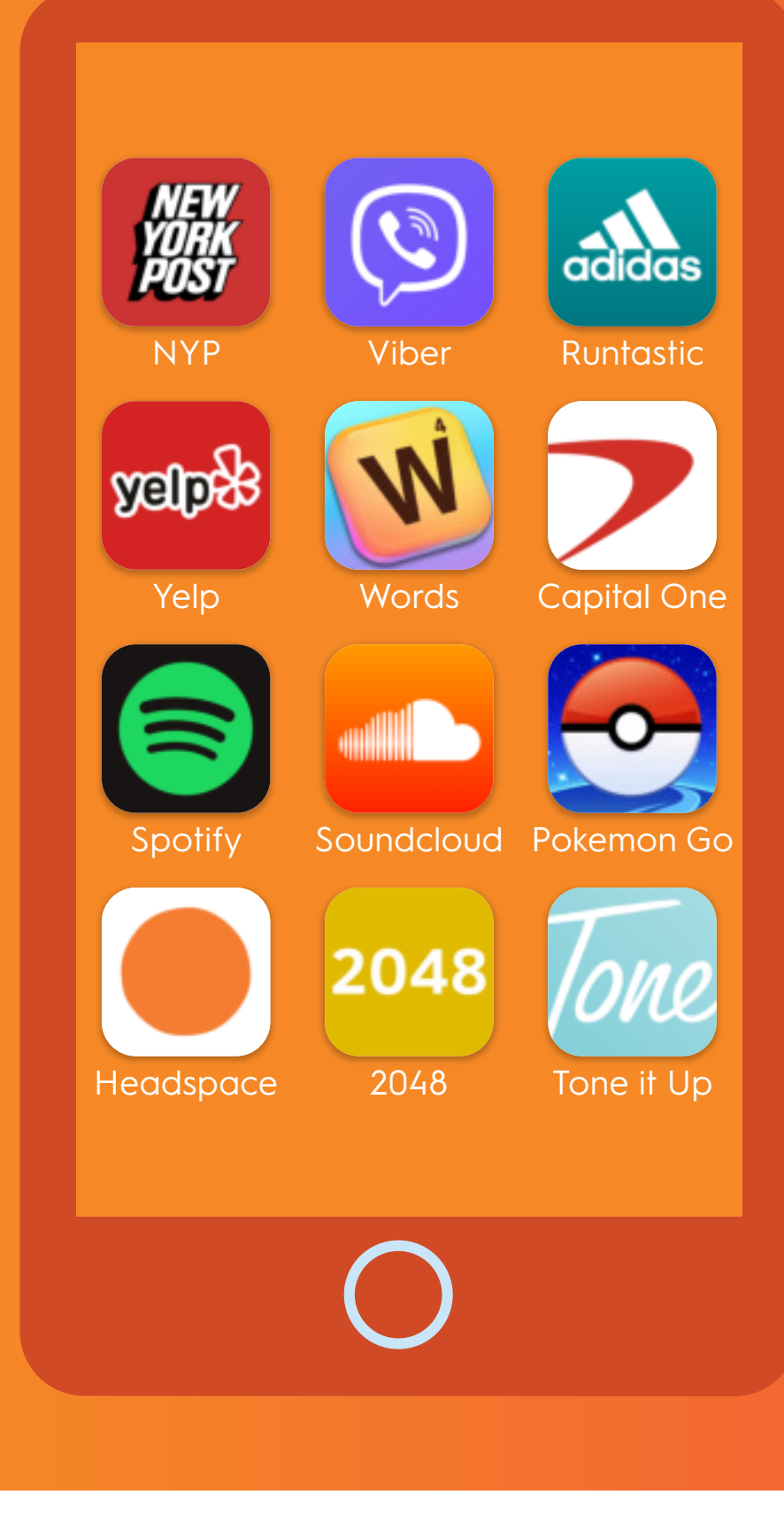
Anche se hanno delle funzioni coinvolgenti, come una app sui mobili che ti permette di vedere i mobili installati in casa tua, l'obiettivo è di fare in modo che gli utenti effettuino la transazione.



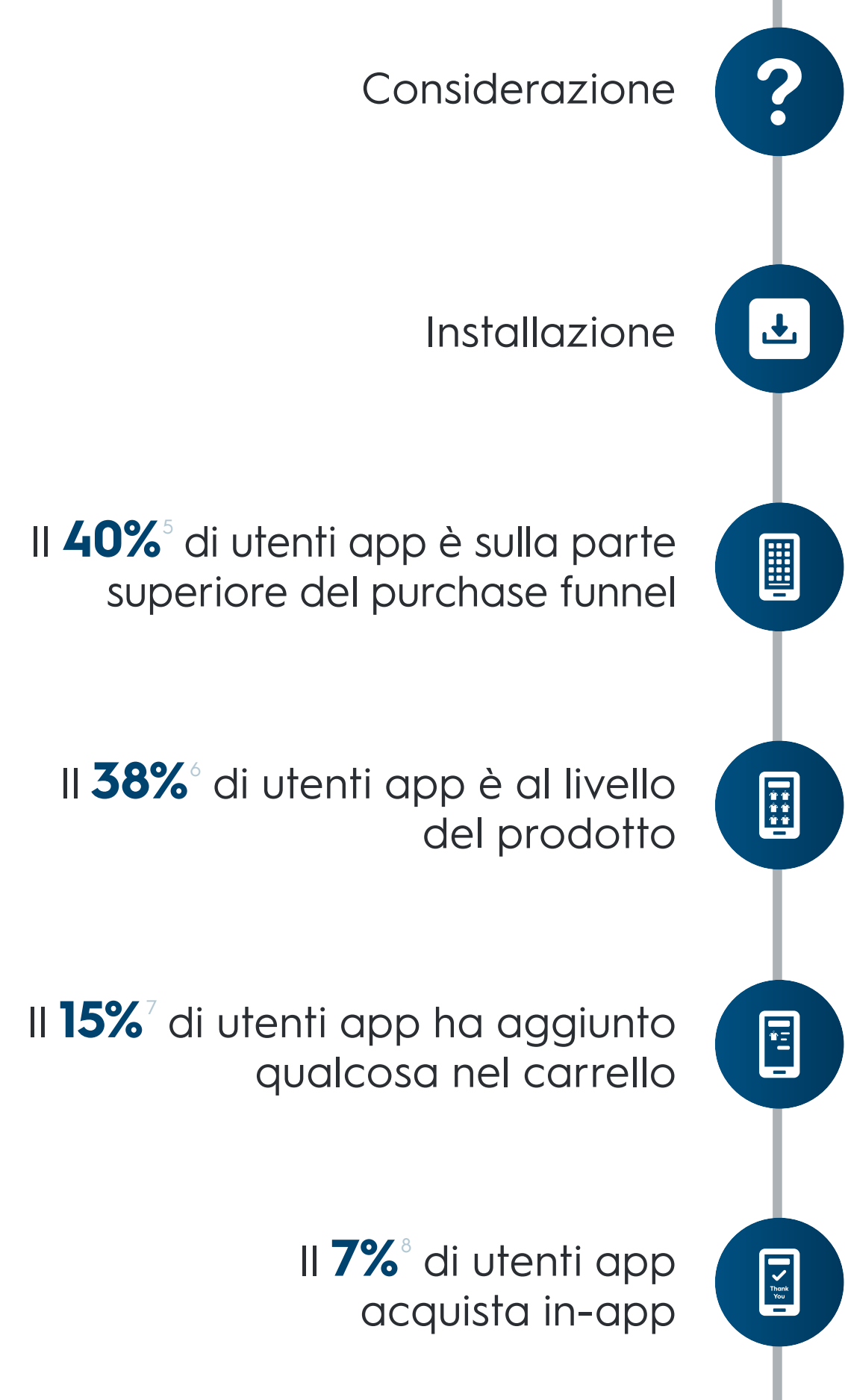
...o una loyalty app?

L'obiettivo primario delle loyalty app è l'engagement. Quello che desideri è diventare il brand con cui i tuoi utenti sono maggiormente coinvolti nel tuo verticale.

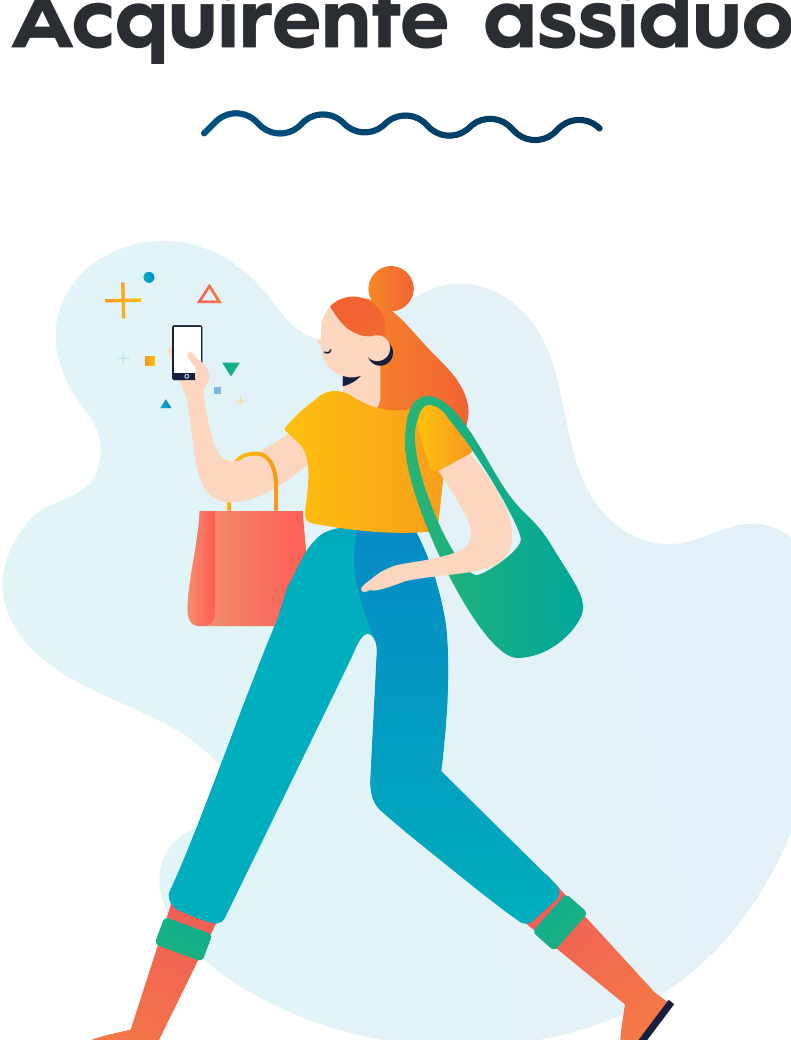
Anche se possono esservi alcune possibilità di effettuare un aggiornamento in-app, l'obiettivo principale è di fare in modo che gli utenti siano fedeli all'app e l'usino diverse volte al giorno.



Il percorso dell'utente della commerce app



Acquirente assiduo



Il percorso dell'utente della loyalty app



Utente assiduo



Come incrementare le vendite con la tua app

1. Trasforma i tuoi clienti migliori in utenti app

Porta i tuoi shopper attivi nel Web mobile nella tua app perché si immergono maggiormente nella shopping experience.

Targettizza nuove audience che stanno cercando prodotti simili ai tuoi o che accedono frequentemente ad app come la tua, utilizzando dati sulle ricerche cross-device e comportamentali per avere un quadro completo.

2. Coinvolgi nuovamente i tuoi utenti con qualcosa di valido

Coinvolgi chi ha installato l'app per la prima volta con annunci personalizzati, basati sull'intelligenza artificiale, che sanno esattamente che cosa mostrare per stimolare l'in-app engagement.

Riconquista gli utenti che hanno disinstallato la tua app: presenta annunci che promuovono nuove funzioni o nuovi prodotti, incentivi speciali o altri incentivi.

3. Targettizza nuovamente gli utenti in base ai precedenti comportamenti di shopping

Targettizza nuovamente gli utenti e visualizza loro annunci con raccomandazioni sui prodotti basate sulla cronologia delle loro ricerche o dei loro acquisti, non solo nella tua app ma in tutta l'open Internet.

Come creare la fidelizzazione al brand con la tua app

1. Crea un'indimenticabile esperienza di integrazione per la tua app

Stimola una iniziale fidelizzazione dell'utente inserendo automaticamente suggerimenti di contatti o invitando gli utenti a eseguire una semplice attività. Questi step contribuiscono a creare un primo engagement.

Ottimizza continuamente la tua app experience per rimuovere punti comuni di frustrazione allo scopo di estendere l'engagement nel tempo e ridurre le disinstallazioni.

2. Segmenta gli utenti della tua app e personalizza le loro esperienze

Crea esperienze esclusive per diversi utenti in base alla posizione, alle preferenze degli utenti e altro ancora, allo scopo di mantenere l'engagement di ogni utente con la tua app.

3. Funzioni di A/B test per conoscere le preferenze dei tuoi utenti

Testa le funzioni dell'app su diversi segmenti per scoprire come migliorare esperienze specifiche dell'app.

Ottimizza continuamente la tua app experience per rimuovere punti comuni di frustrazione allo scopo di estendere l'engagement nel tempo e ridurre le disinstallazioni.

Informazioni su Criteo

Criteo (NASDAQ: CRTO) è la società tecnologica globale che offre ai marketer nel mondo una pubblicità fidata e d'impatto. 2.800 membri del team Criteo collaborano con oltre 20.000 clienti e migliaia di editori. 2.800 membri del team Criteo collaborano con oltre 20.000 clienti e migliaia di editori. 2.800 membri del team Criteo collaborano con oltre 20.000 clienti e migliaia di editori. 2.800 membri del team Criteo collaborano con oltre 20.000 clienti e migliaia di editori.

Per maggiori informazioni, visita l'indirizzo

<https://www.criteo.com/it/>.

1. Fonte: dati Criteo su 15 Paesi ad attività elevata tra il 5 dicembre 2019 e l'8 gennaio 2020, n=1.091
 2. Fonte: dati Criteo su 15 Paesi ad attività elevata tra il 25 novembre e il 29 dicembre 2019, n=865
 3. Fonte: dati globali Criteo dal 3 dicembre 2019 al 6 gennaio 2020, 2,2 miliardi di utenti app di 1.341 partner
 4. Fonte: dati globali Criteo dal 28 novembre 2019 al 1° gennaio 2020, 2,2 miliardi di utenti app di 1.440 partner
 5, 6, 7, 8. Fonte: dati globali Criteo dal 5 dicembre 2019 all'8 gennaio 2020, 1,9 miliardi di utenti app di 49 partner
 9, 10, 11, 12. Fonte: tassi di ritenzione app in USA di Adjust per verticale, H1 2019