

Impulsa tu crecimiento en Aplicaciones y Dispositivos Móviles

Una guía completa para hacer crecer tu negocio en dispositivos móviles con Google

Este es el momento de invertir en dispositivos móviles

Conoce cómo Google puede ayudarte con las últimas innovaciones de Ads



Francesco Renzo
Director de América, Aplicaciones

El brote de COVID-19 alteró la vida de todos, nos hizo poner el foco en lo inmediato y adaptarnos sobre la marcha. Pero hoy nos encuentra centrándonos más en los cambios a mediano y largo plazo, y diseñando nuestros negocios para la nueva normalidad.

Sin dudas, la pandemia aceleró la transformación e impulsó la adopción digital, especialmente, en el caso de las plataformas para dispositivos móviles. Las personas se volcaron a las *app* para resolver todo tipo de cuestiones cotidianas: desde aplicaciones de *delivery* hasta plataformas educativas para que los niños estudien en el hogar; y desde contenido y entretenimiento hasta recursos para ofrecer retiros puerta a puerta o para averiguar cuán ocupado está un determinado estacionamiento público.

La demanda de nuevas experiencias sin fricciones en aplicaciones y dispositivos móviles ha crecido exponencialmente y las expectativas de los consumidores están aumentando, a medida que se vuelven una prioridad.

Durante muchos años, la excelencia en dispositivos móviles representó una ventaja competitiva. Hoy, sin embargo, es una necesidad comercial. Para toda empresa cuyo negocio dependa de un sitio web o una aplicación, brindar experiencias atractivas en esos canales es fundamental para su crecimiento a largo plazo.

Quienes lo han comprendido utilizan la tecnología y la automatización para adaptarse a este entorno dinámico y vinculan las estadísticas y la estrategia de productos con el crecimiento, automatizan, experimentan e iteran constantemente. Así, pueden saber qué les interesa realmente a los consumidores en cada momento y obtienen ventajas en relación con su competencia a lo largo de todo el embudo de crecimiento. Invertir en estas capacidades puede asegurar el futuro de tu empresa, ya que le permitirá adaptarse de forma más efectiva a un entorno que se encuentra en constante cambio.



+3%

El tiempo dedicado a las plataformas para dispositivos móviles aumentó un 3% año tras año en Latinoamérica.¹



77%

A pesar de pasar más tiempo en el hogar, el 77% de los usuarios de smartphones de México concuerdan en que **sus teléfonos fueron indispensables para ellos durante la pandemia.**²



78%

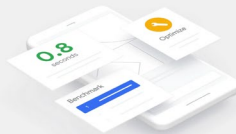
Sin embargo, **las marcas no satisfacen las expectativas de los consumidores.** Desde mayo de 2020, el 78% de los usuarios de smartphones de México están disconformes con la experiencia que ofrecen las marcas en sus sitios o aplicaciones.³

Google invirtió en productos nuevos para ayudarte a impulsar el crecimiento en aplicaciones y dispositivos móviles

Nuestras herramientas más recientes te ayudarán a lograr tres objetivos clave:

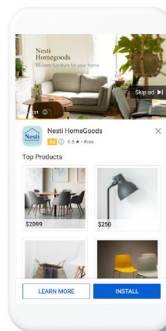
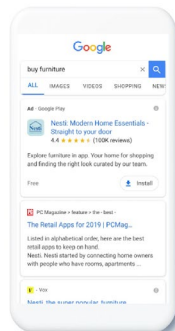
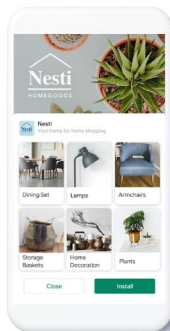
Prueba mi sitio
Mejora tu sitio móvil para impulsar tu negocio.

Ingresar tu dominio



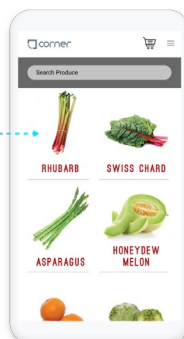
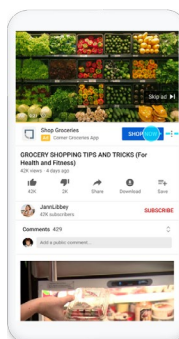
Ayudar a los consumidores a obtener lo que desean rápidamente

Con **Prueba mi sitio**, puedes comparar tu velocidad en dispositivos móviles con la de la competencia y obtener recomendaciones personalizadas para realizar mejoras.



Brindar una experiencia más positiva y personal con tus anuncios

Publica anuncios en función de las preferencias de los consumidores para obtener más descargas y conversiones. Utiliza los **feeds para las campañas de aplicaciones**.



Hacer las cosas más fáciles para tus clientes más leales

El **vínculo directo** reduce la fricción para tus clientes leales, ya que los dirige desde tu anuncio directamente a la página de tu aplicación donde pueden realizar la acción que deseas.

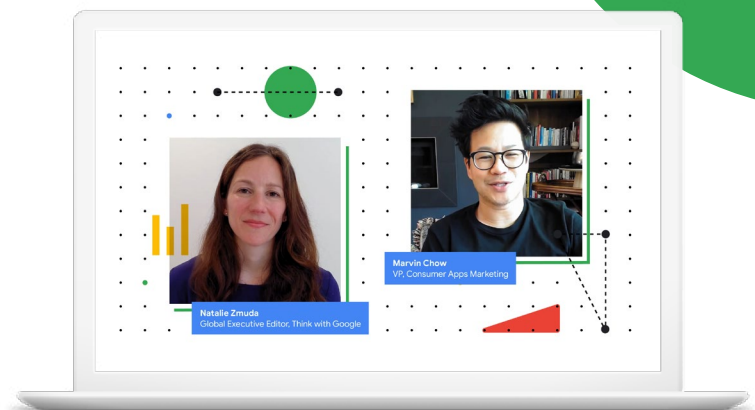
Google puede guiarte en tu transformación digital y ayudarte a priorizar los aspectos más importantes de tu negocio. Hemos diseñado productos para ayudarte a estar al día en un mundo en constante cambio.

Conoce cómo hacen los mejores en marketing para crear experiencias móviles de excelencia

Invertir en mejorar el rendimiento en móviles puede transformar tu negocio

Dentro del marketing de Google: Cómo crear experiencias móviles centradas en los usuarios

Marvin Chow, vicepresidente de Marketing de Aplicaciones de Consumo en Google, explica cómo las marcas pueden priorizar a sus clientes y brindar excelentes experiencias en dispositivos móviles.



Conclusiones clave

✓ **Dale prioridad a los usuarios, no a los canales.**

Los datos son fundamentales para la toma de decisiones. Pero también es esencial comprender a las personas que están detrás de esos datos, empatizar con ellas y descubrir qué intentan lograr. Si priorizas a las personas, no solo ofrecerás mejores experiencias, sino que también tendrás mensajes con más impacto.

✓ **El momento de transformarse es ahora.**

Estamos viviendo en un contexto histórico tanto por las nuevas tecnologías disponibles como por la pandemia. Aprovecha esta oportunidad para pensar cómo serán las experiencias de tus clientes en el futuro y cómo superarás sus expectativas.

✓ **Busca el éxito a largo plazo.**

Es probable que nunca logres brindar una experiencia “perfecta” a tus clientes, así que disfruta el recorrido. Procura progresar constantemente y diviértete probando.

Cómo lograr que los usuarios de tu app regresen a ella y conviertan con las nuevas campañas de App engagement de Google

¿Sabías que el 90% del tiempo que los usuarios pasan frente a la pantalla de sus smartphones transcurre en las aplicaciones? ⁴ ¿Y que el 52% de los clientes que ya tienen la app de un determinado negocio instalada en su teléfono gastan más que quienes acaban de descargarla? ⁵

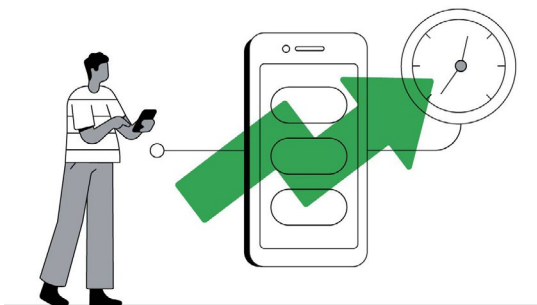


Conclusiones clave

- ✓ **ACe o Campañas de App Engagement.**
Se trata de una potente herramienta que te permite reconquistar a valiosos usuarios perdidos, lograr que usen la app y que conviertan dentro de esta.
- ✓ **Marcas en campaña.**
Las nuevas campañas de App Engagement, en conjunto con soluciones de adquisición, audiencias específicas y el desarrollo de creatividades para usuarios de la app, permitieron a Linio cubrir todo el recorrido del usuario y lograra tener hasta un 25% menos en costo por órdenes y un ROAS 30% más alto comparado con campañas de adquisición de usuarios.
- ✓ **Escala tu negocio.**
No descuides las creatividades: apuesta por una mayor calidad de anuncios y no desestimes incluir videos para poder usar la Red de Display.

Aumentar la velocidad de tu sitio móvil puede mejorar tus resultados

Un nuevo estudio, liderado por Google y realizado por las consultoras 55 y Deloitte, descubrió que un cambio en el tiempo de carga de tu sitio puede influir en cada etapa del recorrido del consumidor.



Conclusiones clave

- ✓ **Los sitios más rápidos se aseguran de que más clientes completen su compra.**
La mejora en la velocidad demostró un cambio positivo en la progresión a través del embudo de compra: los comercios minoristas registraron un aumento de +8.4%. ⁶
- ✓ **Los sitios más rápidos alientan a las personas a quedarse más tiempo y comprar más.**
Con el ajuste en la velocidad, el valor de las órdenes de compra se incrementó +9.2% y, también, se registraron visitas en un mayor número de páginas del sitio. ⁷
- ✓ **Los sitios más rápidos tienen tasas de rebote más bajas.**
Uno de cada cinco sitios minoristas y de lujo vio que las tasas de rebote de su página de inicio mejoraron en un 0.6% y 0.2%, respectivamente. ⁸

Cómo una experiencia móvil de calidad impacta en las ventas y en la construcción de marca

8 de cada 10 hispanoamericanos tienen un smartphone y lo desbloquean cada 5 minutos, según un estudio reciente de Kantar, Nodus y Google. Descubre qué esperan los usuarios de la región de las experiencias móviles.

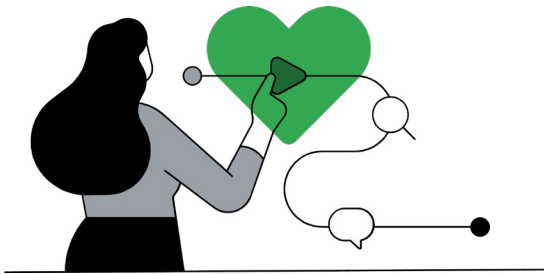


Conclusiones clave

- ✓ El móvil se convirtió en el dispositivo más utilizado para navegar. No solo lo utilizan más tiempo que antes, sino también más seguido y para más cosas, tendencia que sigue creciendo.⁹
- ✓ Los usuarios hispanoamericanos buscan que el sitio sea principalmente rápido (38%), seguro (52%) y sin fricciones (89%).¹⁰
- ✓ La adopción de tecnologías web modernas, como AMP y PWA, facilitan el proceso de mejora de experiencias en sitios móviles, aumentando el *engagement* de los usuarios.

Cómo ser útil a través de tu app

5 propuestas para adaptar la experiencia de tus apps y que estas sean más útiles y confiables.



Conclusiones clave

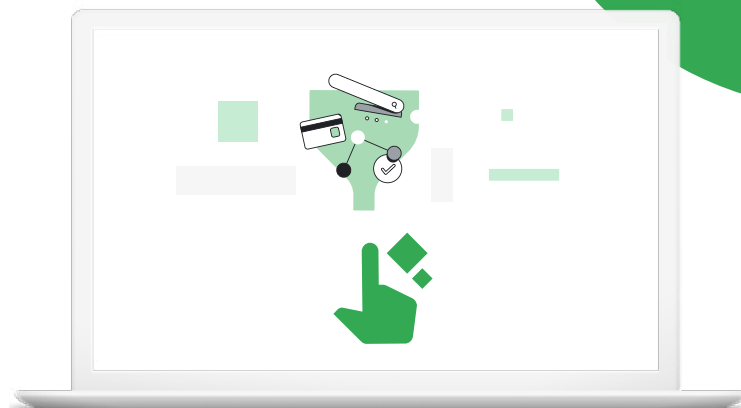
- ✓ **Responde rápidamente a las demandas del mercado.**
Dada la gran cantidad de ciudades en confinamiento, las personas buscan mantenerse activas y saludables en casa. De hecho, un promedio del 35-44% de los países encuestados han descargado alguna app relacionada con el estado físico, el bienestar y los juegos.¹¹
- ✓ **Expande las asociaciones y redefine tus objetivos de marketing.**
Aliate con otras marcas o instituciones que te permitan estar ahí cuando tus clientes te necesitan.
- ✓ **Extiende la ayuda a los socios y a los proveedores de servicios.**
El interés por las apps de entrega a domicilio creció en América Latina un 44%, mientras que la búsqueda de términos "a domicilio" aumentó un 83%.¹²
- ✓ **Adáptate a las nuevas necesidades de los usuarios.**
Las aplicaciones se han convertido en herramientas esenciales para asistir a los usuarios, sobre todo, en momentos de incertidumbre.
- ✓ **Comunícate con frecuencia y muestra sensibilidad.**
1 de cada 3 consumidores comenzaron a utilizar una marca nueva por su manera innovadora o comprensiva de responder ante la pandemia.¹³

Aprovecha al máximo tu inversión publicitaria

Los análisis más recientes de nuestros expertos en productos

Lleva tus campañas en *App&Mobile* al próximo nivel

En esta sesión, los directores de Producto de Google explican los lanzamientos recientes de feeds, enlaces profundos diferidos e informe sobre el destino de anuncios.



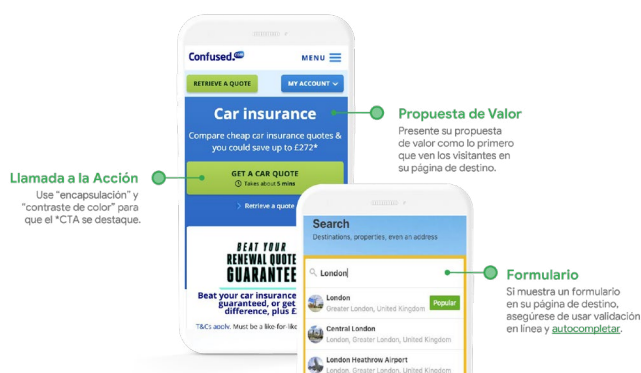
Conclusiones clave

- ✓ Vincular los feeds a las campañas de aplicaciones permite mostrar mejor los productos y crear anuncios más atractivos. Habilitar los enlaces profundos diferidos para los feeds permite a los nuevos usuarios tener un recorrido más fluido de tu aplicación.
- ✓ Los enlaces profundos diferidos a aplicaciones permiten dirigir a los usuarios leales directamente a tu aplicación cuando interactúan con tus anuncios. Usa la nueva herramienta de informes del destino del anuncio para hacer un seguimiento de los recorridos de los usuarios y descubrir su valor.
- ✓ Hacer un seguimiento de las conversiones en la aplicación y generar informes demanda poco esfuerzo y brinda grandes recompensas, ya que permite capturar más valor de los usuarios mediante las Ofertas inteligentes.

Nuestras recomendaciones para brindar la mejor UX

Conoce las prácticas recomendadas de UX en tiempos de incertidumbre

Cómo mejorar la experiencia de usuario (UX) en tiempos de incertidumbre, en función de los nuevos comportamientos de los consumidores y tus objetivos comerciales.



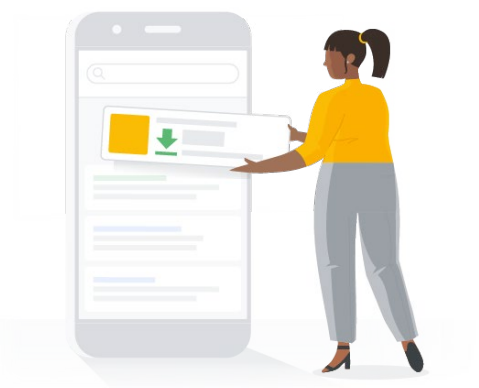
Conclusiones clave

- ✓ Mejorar la experiencia del usuario después de que hizo click en tu anuncio impulsará el retorno de tu inversión en marketing (ROI).
- ✓ Optimiza las páginas de destino con mensajes orientados a generar más conversiones.

Capacitaciones en línea para aplicaciones

Conviértete en un experto en aplicaciones con Skillshop

Aprende los fundamentos del uso de las campañas de aplicaciones de Google para publicar anuncios relevantes e impulsar tu negocio.



Conclusiones clave

- ✓ Conoce las tendencias clave de los comportamientos en aplicaciones.
- ✓ Optimiza tus campañas en función de tus objetivos o los de tu cliente.
- ✓ Aprovecha el aprendizaje automático.
- ✓ Ve un paso más allá de la publicidad en aplicaciones.

Explora más contenidos y mantente al día sobre los últimas innovaciones en [aplicaciones y dispositivos móviles](#) en [Think with Google](#).

Una marca utiliza la automatización para generar crecimiento en aplicaciones y dispositivos móviles



DINN es un servicio de inversión digital que busca democratizar el acceso al mundo financiero, independientemente del nivel de conocimiento o del monto de la inversión de cada persona. Se creó en 2018, pero después de una primera prueba piloto fallida, se rediseñó para crear un producto 100% centrado en el usuario. La aplicación se lanzó nuevamente en noviembre de 2019 y, desde febrero de este año, trabaja con Google con el objetivo de acelerar el crecimiento y la adquisición de clientes. Por medio de las campañas de aplicaciones de Google, DINN logró aumentar en un **830%** su base de usuarios y alcanzar porcentajes de conversión de más del **50%**, lo que redujo sensiblemente su costo de adquisición de clientes.



+830% aumentar en base de usuarios

50%+ porcentajes de conversión

“

Google fue la única plataforma que nos permitió alcanzar nuestros objetivos comerciales en poco tiempo y nos brindó la información necesaria para realizar un seguimiento en cada etapa del embudo. Eso mejoró nuestras tasas de conversión y optimizó los costos, ya que pagamos únicamente por los eventos que son valiosos para nosotros.

Diego González Montesinos
Director de DINN

Cuatro pasos para lograr la excelencia en dispositivos móviles

01

Define tu estrategia de medición

Con [Google Analytics para Firebase](#) puedes obtener informes ilimitados y gratuitos para medir los aspectos que sean más relevantes para tu empresa en particular. Además, podrás ver el rendimiento de tu aplicación y sitio web desde un mismo panel.

02

Dirige a tus clientes a tu sitio web o aplicación sin inconvenientes

Haz que tus clientes interactúen con tu sitio web o aplicación mediante vínculos directos. Este tipo de vínculos llevan a los clientes desde tus anuncios directamente a contenido específico de tu sitio web o aplicación. Visita nuestro sitio web para desarrolladores y obtén más información sobre los [App Links](#) para apps de Android o Universal Links iOS.

03

Obtén clientes de calidad con soluciones automatizadas

Encuentra a los clientes adecuados, con el valor correcto y a gran escala mediante las [campañas de aplicaciones](#) y las [campañas inteligentes](#).

04

Identifica a la audiencia que te interesa y atráela de nuevo

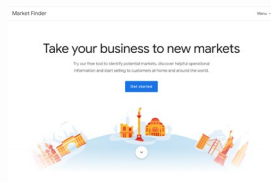
Solo el 37% de los usuarios que instalan una aplicación siguen activos después de siete días.¹³ Crea una audiencia para llegar a los usuarios inactivos o para aquellos que necesitan un pequeño impulso extra para llevar a cabo una acción determinada. Vuelve a activar a tus usuarios mediante [campañas de anuncios de vínculos directos](#), para los cuales encontrarás más información en esta [guía](#).

Herramientas clave para impulsar tu negocio



Producto

[Prueba mi sitio](#) te brinda un análisis inmediato de la velocidad de tu sitio móvil y recomendaciones para realizar mejoras.



Empresa

[Market Finder](#) te ayuda a identificar nuevos mercados donde lanzar tu aplicación o sitio web.

Comunícate con tu Ejecutivo/a de Cuentas de Google para analizar tus próximos pasos.

Fuentes

1. eMarketer, Latinoamérica, junio de 2019.
2. Seguimiento de COVID-19 realizado por Ipsos para Google, México, n = 913 usuarios en línea de smartphones mayores de 18 años por mercado, del 28 al 31 de mayo.
3. Seguimiento de COVID-19 realizado por Ipsos para Google, México, n = 913 usuarios en línea de smartphones mayores de 18 años por mercado, del 28 al 31 de mayo.
4. eMarketer, "US Time Spent with Mobile 2019".
5. App Annie
6. Google/55/Deloitte, EMEA y EE.UU., estudio sobre el impacto de la velocidad, de octubre a noviembre de 2019.
7. Google/55/Deloitte, EMEA y EE.UU., estudio sobre el impacto de la velocidad, de octubre a noviembre de 2019.
8. Google/55/Deloitte, EMEA y EE.UU., estudio sobre el impacto de la velocidad, de octubre a noviembre de 2019.
9. Google/Kantar/Nobus, Latinoamérica, estudio sobre las experiencias en dispositivos móviles, octubre de 2019.
10. Google/Kantar/Nobus, Latinoamérica, estudio sobre las experiencias en dispositivos móviles, octubre de 2019.
11. Seguimiento de COVID-19 de Ipsos encargado por Google, datos globales. AU, BR, CA, CN, DE, ES, FR, IN, IT, JP, MX, RU, U.K. y U.S.: n = 1.000, VN: n = 500 consumidores en línea mayores de 18 años por mercado, del 2 de abril de 2020 al 5 de abril de 2020.
12. Google Search Data, Latinoamérica, 2019-2020.
13. Edelman, datos globales (BR, CA, CN, FR, DE, IN, IT, JP, ZA, KR, GB y US), Brand Trust and the Coronavirus Pandemic (La confianza en las marcas y la pandemia del coronavirus), n = 1,000 encuestados representativos a nivel nacional por mercado, del 23 al 26 de marzo de 2020.
14. Datos de Verto Watch™, adultos 18+ en EEUU, Marzo - Agosto, 2017.