

Apontador se destaca com crescimento do mobile



Metas

- Compreender as necessidades do público para oferecer uma naveabilidade mobile de alta qualidade

Abordagem

- Utilizar produtos como Google AdExchange e AdMob para fortalecer os negócios mobile da marca

Resultado

- O Apontador recebe 17 milhões de visitas mensais, das quais o mobile representa 30% do tráfego

Com mais de 7,5 milhões de locais cadastrados e 17 milhões de visitas mensais, a missão do Apontador é conectar pessoas, lugares e informações ao seu redor. A empresa disponibiliza soluções de geolocalização e tecnologias móveis para auxiliar as pessoas a encontrarem os melhores locais e serviços em diversas cidades. Confira quais ferramentas o Apontador utiliza para acompanhar a evolução do mercado mobile e ter uma estratégia cada vez mais multitelas.

Os brasileiros estão cada vez mais conectados em multitelas. Já são mais de 100 milhões de brasileiros on-line e 137 milhões de usuários mobile no país, segundo o eMarketer. Essa tendência de mobilidade está transformando profundamente a vida das pessoas e, portanto, a maneira como as marcas devem se comunicar com elas.

O estudo global The Connected Consumer, encomendado pelo Google e realizado pela TNS, indica que no Brasil, 72% dos usuários de smartphones acessam a internet todos os dias diretamente de seus aparelhos móveis. Destes, 20% utilizam a internet somente do seu celular.

Enxergando o potencial do mercado digital há 15 anos, o site Apontador surgiu no ano 2000 para ajudar as pessoas a escolher os melhores locais e serviços em diversas cidades. A empresa utiliza um ranking dinâmico baseado nas avaliações e interações dos usuários que permite uma filtragem de acordo com o que eles desejam encontrar: Melhor Conteúdo, Recentes, Mais Antigas, Mais Curtidas, Negativas e Positivas.

Além de um site mobile otimizado para impulsionar o negócio, o Apontador conta, atualmente, com aplicativos para iOS, Android, Windows 8 e mais de 7,5 milhões de locais cadastrados recebendo mensalmente 17 milhões de visitas.

Alexandre Santos, Gerente de Marketing do Apontador, revela que, atualmente, o canal virtual recebe 30% de visitas mobile e que a expectativa é crescer 20% em 2015. Ele lembra que, no ano passado, o Apontador foi eleito pela loja brasileira do Google Play um dos melhores aplicativos de smartphones e tablets.

O executivo explica que, no Apontador, entre as estratégias para fortalecer o mobile estão ferramentas e produtos do Google, principalmente para analisar o tráfego e entender as necessidades das pessoas. "Também participamos dos encontros realizados pela empresa para trocarmos ideias sobre as melhores práticas do mercado brasileiro e de outros países", define Santos.

Segundo Rafael Siqueira, fundador e CTO do Apontador, a empresa trabalha com o conceito de “behavioral target”, ou seja, analisa o comportamento do público para oferecer informações relevantes. “Além de fornecer tudo o que eles precisam em termos de localização com todo o conteúdo de que dispomos, agregamos muita tecnologia”, acredita Siqueira.

Entre as ferramentas utilizadas está o Google AdExchange, em que a monetização acontece também quando as pessoas clicam nos anúncios que estão em seu site. A vantagem no mobile é que a ferramenta permite gerar receita com propriedades da web para celular, possibilitando o uso de formatos específicos para telas pequenas, uma segmentação que garante que os anúncios sejam relevantes para o conteúdo mobile.

Outra ferramenta é o Google AdMob, que auxilia na exibição de anúncios dentro dos aplicativos e se torna importante para gerar receita. Uma das vantagens é promover seus aplicativos dentro de outros apps para milhões de usuários de smartphones e tablets em toda a rede da AdMob. É possível, ainda, analisar os aplicativos com a eficiência do Google Analytics, mas pela interface da ferramenta.

Expectativas para 2015

Segundo o eMarketer, a tendência do mercado mobile é de crescimento, espera-se atingir cerca de 15 milhões de usuários em três anos e superar 151 milhões em 2018. No Apontador, as expectativas não são diferentes. Para 2015, a perspectiva é de que a presença de usuários alcance 50% dos acessos vindos do mobile site e dos aplicativos. “O nosso foco está voltado para melhorar a experiência dos usuários multitelas. Provavelmente, vamos implementar neste ano o nosso site totalmente responsivo, apenas com uma URL independente do dispositivo. Em breve, queremos trabalhar com wearable devices”, finaliza Santos.



© 2015 Google Inc. All rights reserved. Google and the Google logo are trademarks of Google Inc. All other company and product names may be trademarks of the respective companies with which they are associated.