

DANIELE LEONE  **l'autore**

APP & MOBILE *Marketing*

DALL'IDEA AL BUSINESS
PORTA LA TUA APP AL SUCCESSO



**vai alla scheda
del libro**



EPC
EDITORE

DANIELE LEONE

APP
&
MOBILE
Marketing

DALL'IDEA AL BUSINESS
PORTA LA TUA APP AL SUCCESSO

APP & MOBILE MARKETING

ISBN: 978-88-9288-236-2

Copyright © 2023 EPC S.r.l. Socio Unico

EPC S.r.l. Socio Unico - Via Clauzetto, 12 - 00188 Roma

www.epc.it

Servizio clienti: Tel. 06 33245271/277 – clienti@epc.it

Redazione: Tel. 06 33245264/205

La traduzione, l'adattamento totale o parziale, la riproduzione o trasmissione in qualsiasi forma e/o con qualsiasi mezzo elettronico, meccanico o altro (compresi i microfilm, i film, le fotocopie), nonché la memorizzazione anche digitale su supporti di qualsiasi tipo (inclusi magnetici e ottici), i diritti di noleggio e di prestito, sono riservati per tutti i Paesi. L'Editore si dichiara pienamente disponibile a soddisfare eventuali oneri derivanti da diritti di riproduzione del materiale protetto dai diritti d'autore, di cui non sia stato possibile reperire gli aventi diritto. Ci scusiamo per eventuali omissioni e saremo lieti di inserire gli opportuni riconoscimenti nelle edizioni successive. L'Editore declina ogni responsabilità per eventuali errori, refusi o inesattezze nonché per eventuali danni risultanti dall'uso delle informazioni presenti nel volume, pur curato con la massima diligenza e attenzione.



Il codice QR che si trova sul retro della copertina, consente attraverso uno smartphone di accedere direttamente alle informazioni e agli eventuali aggiornamenti di questo volume.

Le stesse informazioni sono disponibili alla pagina:

<https://www.epc.it/Prodotto/Editoria/Libri/APP-e-MOBILE-marketing/5255>

SOMMARIO

PREFAZIONE	7
INTRODUZIONE	9
L'App Economy in numeri	9
Dimensione del mercato e previsioni	9
Crescita e impatto sull'Enterprise	10
Lavoro e ricadute occupazionali	10
 capitolo 1	
LA TUA APP, IL TUO BUSINESS	13
1.1. Successo o Fallimento	13
1.2. Creare un'App	14
1.3. Quanto costa un'App	17
1.4. Partiamo in perdita senza paura	20
1.5. Organigramma e competenze	21
1.6. Introduzione all'App Marketing	23
1.7. Introduzione all'App Monetization	25
1.8. Stabilire un obiettivo per l'App	26
1.9. La scelta: iOS o Android?	27
1.10. Pianificazione aziendale	29
1.11. Condividi la tua idea di App	31
1.12. Un brevetto per tutelare la tua idea?	33

capitolo 2

ASO (APP STORE OPTIMIZATION)	35
2.1. Introduzione all'ASO	35
2.2. La ricerca: fonte principale di installazioni	36
2.3. ASO: ricerca delle parole chiave (Keywords)	38
2.4. ASO: tutto in una pagina	42
2.5. ASO: guadagnarsi la classifica, guadagnare installazioni	45
2.6. ASO: Domande comuni sull'ASO	47
2.7. Il primo giorno della pubblicazione	48

capitolo 3

STRATEGIE DI PROMOZIONE DELL'APP	49
3.1. Pubblicità e copertura stampa	49
3.2. Condivisione sui Social Network	51
3.3. Permetti agli utenti di invitare altri utenti	52
3.4. Promozione del tuo sito: dal Web all'App	54
3.5. Promozione incrociata (cross promotion) con altre App e Siti Web	55
3.6. Pubblicità a pagamento	56
3.7. Email Marketing	57
3.8. Parliamo agli eventi	58
3.9. Crea un canale YouTube o un Podcast	59
3.10. Mantieniamo l'App Freemium	60
3.11. Stabiliamo una presenza su grandi piattaforme	61
3.12. Diventiamo ottimi marketer	62
3.13. La versione Android pubblicata su diversi App Store	63
3.14. Partecipiamo a Forum e Comunità	63
3.15. Solo buone recensioni	64

3.16.	Come evitare recensioni negative	66
3.17.	Come aumentare il coinvolgimento social	68
3.18.	Tipologie di lancio della tua App	71
3.19.	Traduci il titolo e la descrizione in più lingue	74

capitolo 4

MONETIZZARE LA TUA APP	77	
4.1.	Un'App dovrebbe essere gratuita o a pagamento?	77
4.2.	Quanto dovrebbe costare un'App?	79
4.3.	Guadagnare con la Pubblicità.....	79
4.3.1.	<i>Annunci Display Banner</i>	80
4.3.2.	<i>Annunci Interstitial</i>	80
4.3.3.	<i>Annunci per scaricare altre App</i>	81
4.3.4.	<i>Annunci nel contenuto (Native Advertising)</i>	81
4.3.5.	<i>Aggiungi Mediation per guadagnare di più</i>	82
4.4.	Guadagnare con prodotti in affiliazione	82
4.5.	Guadagnare con gli acquisti In-App.....	83
4.6.	Il Modello di monetizzazione con le "balene"	83
4.7.	Massimizzare le entrate con gli abbonamenti	84

capitolo 5

TATTICHE E STRATEGIE AGGIUNTIVE	87	
5.1.	Gli App Store a confronto	87
5.2.	App native, pro e contro	89
5.3.	La gamification: strumento gratuito e coinvolgente	90
5.4.	Investimenti, abbiamo l'App giusta?	91
5.5.	Crowdfunding per le App.....	93
5.6.	Strategie di raccolta fondi	94

5.7.	Modelli di Business delle App e Pianificazione Aziendale	95
5.8.	Strategie di uscita dall'App mobile (Exit).....	98
5.9.	Creare nuove funzionalità o migliorare quelle esistenti	100

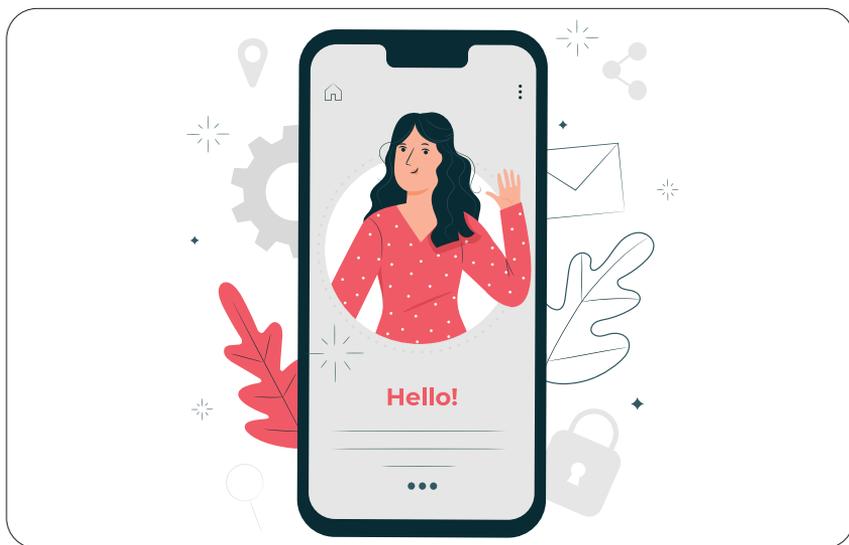
capitolo 6

TIPI COMUNI DI APP E STRATEGIE ADEGUATE.....	101	
6.1.	App Social e Fotografiche	101
6.2.	App di Gioco	103
6.3.	App di Incontri	105
6.4.	App di Community e massa critica	106
CONCLUSIONI.....	109	

PREFAZIONE

APP: tre lettere che hanno cambiato radicalmente la nostra quotidianità. Siamo interconnessi, comunichiamo e interagiamo in tempo reale.

Ricordo che tutto ebbe inizio con “lo sai che c’è un’App per fare questo?” I primi fortunati possessori di Smartphone lo avranno detto con soddisfazione a chi non era ancora entrato in questo mondo.



Un'App per risolvere ogni tipo di problema, o quasi. Da essere un semplice "aiuto" alla vita quotidiana, si è trasformata in "App Economy": Intangibile, incomprensibile, ma soprattutto miliardaria. Quanto è vero? Quanto è reale? Il mondo delle App ha plasmato i vecchi modelli di business che si sono dovuti adattare alle nuove tecnologie e al modo di fruirne. Un'opportunità molto attuale per imprese e consumatori. Un'App dialoga direttamente con il suo utente. È personale, sociale, utile, ma soprattutto la portiamo sempre in tasca.

L'obiettivo di questo libro è accompagnare e consigliare l'imprenditore, lo startupper o chiunque abbia un'idea di business basato sulle App. Conosco le difficoltà e lo stress che si incontrano durante la fase iniziale di un business. Spesso causate da inesperienza nel settore in cui stiamo per muoverci. Cerchiamo sempre di fare la cosa giusta ma, a volte, la cerchiamo in un tentativo. Qui porto la mia esperienza, i miei successi, i miei errori, i consigli e tutto quello che c'è da sapere per realizzare un'App e il suo Business di successo.

L'Autore

INTRODUZIONE

L'App Economy in numeri

I numeri e le percentuali sono sempre noiose, ma ci danno la misura del mercato e delle prospettive. Questi dati ci mostrano come si è evoluto il mercato delle App, cosa ha prodotto e gli scenari futuri.

Dimensione del mercato e previsioni

7 miliardi

Il numero degli utenti di smartphone nel 2022

255 miliardi

Il numero di App installate nel 2022

96 miliardi di dollari

Le vendite del solo ios Apple App store nel 2022

184 miliardi di dollari

Le vendite di tutti gli App store nel 2022

Crescita e impatto sull'Enterprise

Oggi le aziende stanno adottando un primo approccio, da investimenti di capitale e acquisizioni per lo sviluppo del prodotto e pianificazione della forza lavoro in questo settore.

35%

Il budget dedicato all'IT investito per lo sviluppo delle App entro il 2024

63%

Delle maggiori società hanno investito nelle App nell'ultimo anno

400%

La crescita dei software aziendali che hanno realizzato un'App o ottimizzato per il mobile

52%

Delle grandi aziende che hanno acquisito o pensano di acquisire società per lo sviluppo delle App e Mobile

Lavoro e ricadute occupazionali

Lo sviluppo delle App è uno dei settori che cresce maggiormente negli Stati Uniti e di conseguenza il mercato del lavoro fa grande richiesta di personale specializzato.

627.000

Posti di lavoro creati dal solo Apple (iOS e App Store) per lo sviluppo delle App e del marketing

153%

Crescita della richiesta di lavoro come sviluppatore Android
tra il 2018 e il 2022

59%

Crescita della richiesta di lavoro come sviluppatore iOS
tra il 2018 e il 2022

48%

Sviluppatori impiegati in aziende che guadagnano almeno
150.000 dollari all'anno in USA.

Fonti principali: Apple Inc., CA Technologies, Emarketer.com, Enterprise Mobility Exchange, Gartner Inc., International Data Corp., Mashable, VisionMobile

capitolo 1

LA TUA APP, IL TUO BUSINESS

1.1. Successo o Fallimento

Le App vanno gestite alla stessa maniera di un Business classico. Con lo stesso spirito imprenditoriale ed energia. Dobbiamo essere preparati e consci del mercato di riferimento. L'approssimazione non è contemplata né giustificata. Non possiamo presentarci a scuola senza aver studiato. Il risultato sarà deludente. Vogliamo perdere il nostro tempo? Il nostro denaro, le nostre speranze ed emozioni? La nostra negligenza o sufficienza porterà esclusivamente a questo risultato. Pertanto le regole da seguire sono poche e semplici e ci devono accompagnare prima di ogni decisione.

Cosa ci farà fallire:

- Il Time-to-Market (tempo intercorso tra l'idea e la pubblicazione) deve avere tempi ragionevoli. Il business mobile si evolve velocemente e la nostra idea rischia di diventare obsoleta prima di partire;
- Pianificare troppo e in tempi troppo lunghi. Dobbiamo seguire le esigenze del mercato, c'è il rischio di andare dalla parte opposta.

- Pianificare il marketing solo dopo aver lanciato l'App. Le strategie di marketing vanno affrontate di pari passo al processo di sviluppo.
- Non ascoltare le esigenze dei nostri utenti.

Cosa ci darà il successo:

- Porci le domande giuste. Domande essenziali, sia per il Core dell'App, sia per una sua Feature. Domande semplici ma di estrema importanza tipo: è utile? A chi? Risolve un problema? È facile e intuitiva da usare? ecc...
- La nostra App deve risolvere un problema o mancanza e diventare uno strumento necessario o desiderato.
- Analizzare continuamente i competitor per una giusta analisi della concorrenza.
- Creare un business plan concreto con obiettivi chiari.
- Lavorarci in prima persona e per tutto il tempo che necessita.
- Aggiornarla in base a nuove esigenze e nuovi trend.

Questi sono i punti base. Non sono previsti stati emozionali, voglia di fare, intraprendenza. Questi sono aspetti personali e solo in parte faranno parte del progetto. Tutto il tempo, denaro o desiderio che ci si può dedicare, non varrà nulla senza una buona strategia.

Non esistono statistiche precise sulle percentuali di successo delle App ma, per la mia esperienza e le interazioni con altri imprenditori del settore, posso dire che di circa 20 App che ho creato, solo 3 sono state di buon successo, è un ottimo risultato.

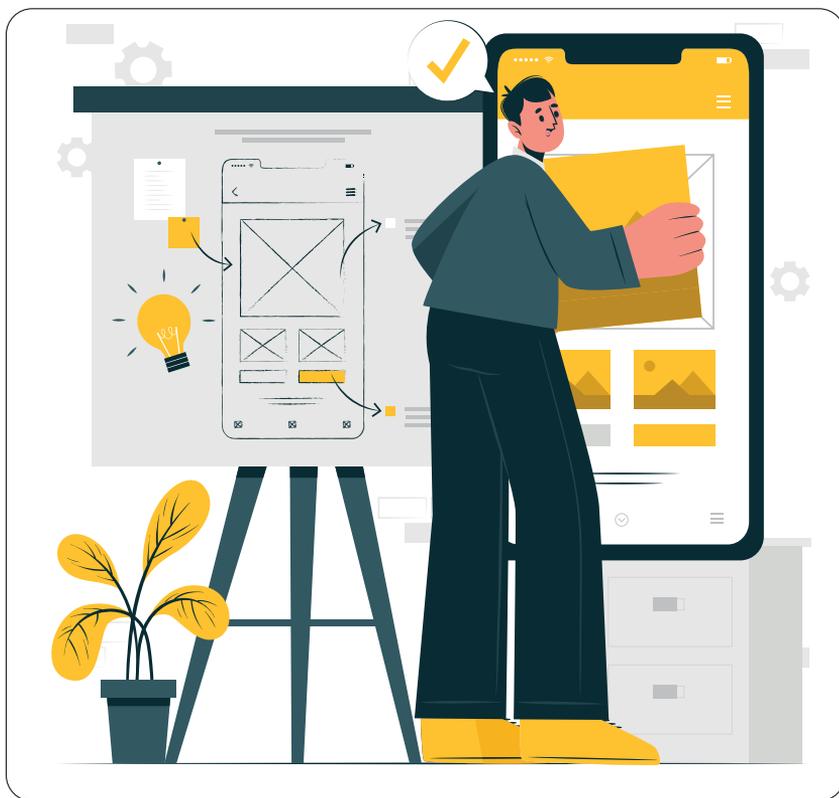
1.2. Creare un'App

Non sono molti i metodi per creare un'App. È a tutti gli effetti un Software che si interfaccia ad un dispositivo mobile.

Pertanto le uniche opzioni si riducono a:

- sei già un programmatore e la sviluppi in autonomia;
- sei un programmatore di altri linguaggi informatici e studi quello specifico per le App;
- commissioni lo sviluppo a terze parti (programmatori freelance o agenzie);
- proponi la tua idea ad un programmatore che può entrare in quota parte nel progetto.

Se sei già un programmatore abbatti notevolmente i costi, velocizzi i processi produttivi e hai meno rischi.



Se decidi di imparare a sviluppare le App, studiare un nuovo linguaggio di programmazione può richiedere molto tempo e ritardare il lancio del progetto. Imparare da zero comporta la possibilità di incappare in molti errori di inesperienza. Col tempo potrebbe tornare utile per sviluppare altri progetti in autonomia. Le prime App sono un campo di prova, di esercizio nel mondo mobile, di scoperte e incertezze. Una strategia accettabile, *early-stage*, è quella di osservare cosa e come fanno gli altri, carpire i segreti, i dettagli, i meccanismi e cercare di farne tesoro e adattarli al nostro progetto. Considero le esperienze come esperienze, soprattutto quelle negative. È proprio da quelle che si impara. Per questo è necessario agire nel minor tempo possibile.

Commissionare lo sviluppo a terzi comporta un costo da sostenere e la frustrazione di non avere il pieno possesso del progetto e poter intervenire quando voluto. Bisognerà adeguarsi alle tempistiche dei terzi. Di pro ci avvaliamo di una collaborazione di professionisti già addentrati nel sistema App. Possono consigliare su modalità e strategie oltre al mero sviluppo.

Proporre una partnership e creare un team parte integrante del progetto è una buona soluzione che media le altre. La parte difficile sarà convincere della bontà e prospettiva della nostra idea di business. Come noi, dovranno occupare il loro tempo senza immediati guadagni ma con un'ottica in prospettiva futura. Il peggior contro che si può verificare è l'abbandono di uno degli attori coinvolti nel progetto. Ci troveremo scoperti nell'area ricoperta dal partner.

I partner ideali sono quelli complementari alle nostre capacità e conoscenze. Sarà un valore aggiunto aver già avuto esperienze lavorative con essi e che accettino di lavorare al progetto per una quantità di ore garantita senza percepire immediati guadagni.

1.3. Quanto costa un'App

In più di 10 anni di esperienza nel settore, sia come sviluppatore che come agenzia, è la domanda che mi è stata sottoposta più frequentemente. La mia risposta è sempre stata la stessa: "dipende".

Sembra una risposta superficiale o incompleta ma è la più esauriente e concreta dalla quale partire. I fattori che concorrono a determinare il costo di un'App sono molteplici. A quel punto, per fare una prima analisi dei costi e dei tempi di sviluppo (altra domanda molto frequente), le domande inizio a farle io:

- descrivi l'App nel dettaglio, come se la dovessi usare, le sue funzionalità, senza tralasciare nessuna idea, anche se la ritieni troppo fantasiosa, sarò io a valutarne la fattibilità. La lista delle funzionalità servirà, inoltre, a stabilire quali interazioni software/hardware si dovranno creare.
- per quali dispositivi e sistemi operativi sarà disponibile? Ovvero: iOS (iPhone e iPad), Android (Smartphone e Tablet).
- hai già un'idea di Design di altre App a cui ispirarsi?
- hai pensato al modello di monetizzazione? È necessario già predisporlo in fase iniziale anche se non verrà utilizzato nel breve termine.
- sei in possesso di un certificato sviluppatore Apple (iOS) o Google (Android)?
- sei in possesso di tutti i termini e condizioni, gestione della privacy e altra documentazione legale necessaria?
- hai a disposizione un grafico che si occuperà delle creatività legate all'App come grafica per promozione o altro utilizzo esterno all'App?

Queste sono le principali domande che vengono poste per poter quantificare il costo e la tempistica. Tutto potrà essere valutato con un margine di trattativa.

Mi sento di consigliare di affidare tutti questi processi outsource ad una singola agenzia. In questo modo è possibile interfacciarsi con un referente unico e non disperdere le informazioni e l'organizzazione.

Ci siamo posti molte domande, ma ora veniamo al sodo. Parliamo di soldi.

Quanto effettivamente costa realizzare un'App? Probabilmente, questa è una delle prime domande di cui i brand e gli sviluppatori devono conoscere la risposta nel momento in cui partono con un progetto di sviluppo di App. Una stima dei costi di sviluppo è la componente basilare e tuttavia cruciale di un budget per qualsiasi progetto App. Molto spesso il titolare di un'azienda si trova a cercare di rispondere a queste due domande: quanto costa creare un'App per la mia attività assumendo una società di sviluppo esterna rispetto a quanto costa sviluppare un'App internamente. Entrambi gli approcci hanno i loro pro e contro. Per valutare come ciascuno influisce sul costo di sviluppo di un'App, li esaminiamo entrambi.

Dopo aver operato per un certo numero di anni su un mercato, le società di sviluppo di App possono sviluppare il giusto insieme di competenze per affrontare in modo efficace progetti di sviluppo di App multiplatforma, spesso i progetti possono essere piuttosto complicati, possono coinvolgere tecnologia mobile avanzata, incluso Machine Learning, realtà aumentata, Blockchain, IoT e altro ancora.

Le principali società di sviluppo battono la concorrenza imparando rapidamente dai propri errori e quindi lavorare con un team così esperto ci aiuta nel non ripetere errori non previsti. Lo sviluppo è un processo in più fasi che prevede un'attenta pianificazione con una tempistica adeguata, sempre basata su un'esperienza precedente.

Scegliendo la strada della creazione interna di un'App possia-

mo sicuramente ridurre il costo di sviluppo, almeno inizialmente, perché nel tempo, risolvendo bug causati dalla mancanza di esperienza, penalizzeremo il nostro prodotto con una ricaduta su costo/tempo dei dipendenti interni, perdita di utenti, mancata monetizzazione.

A questo punto azzardiamo una valutazione economica, semplicemente perché ogni processo di sviluppo dell'App coinvolge molti fattori che influenzano collettivamente una cifra di costo finale. Fortunatamente ci sono diversi fattori per formare il budget che ci aiuteranno a trovare una stima sui costi di sviluppo delle app.

Costo per affidarsi ad uno sviluppatore esterno

Basandosi sulle informazioni per lo sviluppo dell'App, valutando tutti le feature richieste, lo sviluppatore singolo o team, faranno una distinzione tra grado di difficoltà e tempo richiesto. Questo ha portato ad una statistica media mondiale (fonte Salary.com) espressa in Dollari Americani:

- per lo sviluppo di App di difficoltà "semplice": \$ 16.000 - \$ 32.000;
- per lo sviluppo di App di difficoltà "media": \$ 32.000 - \$ 48.000;
- per lo sviluppo di App complesse: oltre \$ 72.000.

Costo dell'assunzione interna di uno sviluppatore di app

Se un'azienda decide di assumere uno o più sviluppatori di App per dispositivi mobili, la domanda: quanto costa viene fuori naturale. Secondo i dati di Indeed.com, per assumere uno sviluppatore i costi variano dai 40.000 € ai 70.000 € all'anno. Questo dato si riferisce all'Italia, ogni nazione ha parametri di costo del lavoro differenti.

Il prezzo non dovrebbe essere l'unico fattore determinante per

un'azienda per assumere un team di sviluppo di App. Altri tipi di informazioni come il feedback dei clienti precedenti, l'esperienza in aree tecniche specifiche, il modo in cui un determinato team rispetta le scadenze e così via dovrebbe essere preso in considerazione.

La scelta resta esclusivamente dell'imprenditore e dovrà essere ben ponderata in base alle proprie esigenze, budget e visione del progetto.

1.4. Partiamo in perdita senza paura

Come la maggior parte dei business, c'è un investimento iniziale da affrontare. Un valido Business Plan può aiutarci a capire i dettagli e le tempistiche. Affronteremo questo argomento in seguito.

Le voci dei costi più rilevanti saranno lo sviluppo dell'App, costo del personale (o collaboratori) e il piano di Marketing.

Come già detto, sviluppare l'App in autonomia ridurrà drasticamente questo costo, cosa non da poco. Non solo per la prima release ma anche per gli aggiornamenti programmati o necessari.

Affidarsi ad un'agenzia o un programmatore freelance ha i suoi rischi. Ho lavorato con diverse agenzie ed ognuna aveva i suoi pro e contro, ma questo lo si può scoprire solo durante il percorso. È come un fidanzamento, subito è solo grande amore, i problemi vengono in seguito. Questo non deve scoraggiare ma è di grande utilità fare una ricerca ed analisi dei possibili candidati.

Dobbiamo metabolizzare immediatamente che nel momento in cui la nostra App vedrà la pubblicazione sugli App Store noi saremo già in perdita. Costi di sviluppo, costi di infrastruttura backend, frontend, design, consulenze e tutto il tempo che ci abbiamo dedicato. Cancelliamo dal nostro immaginario che dal giorno del lancio inizieremo a guadagnare. I guadagni, se il pro-

dotto è valido, inizieranno a farsi vedere col tempo e in modo graduale. Non c'è da spaventarsi di questo ma ne dobbiamo averne coscienza per non perderci d'animo e volontà di portare avanti il progetto.



1.5. Organigramma e competenze

In base alla tipologia di App che si desidera creare, alcune competenze possono cambiare. Generalmente queste sono quelle necessarie e possono essere espletate da una o più persone in base alle proprie competenze. Non entrando troppo nelle terminologie tecniche, vediamo le figure necessarie:

- CEO & Founder;
- Project Manager;
- Programmatore/i;
- Graphic Designer;

Pagine omesse dall'anteprima del volume

L'Autore

Daniele Leone, ha conseguito un Master Of Science in Information Technology al Trinity College and University. Inizia la sua carriera come Web Designer, Programmatore Web, Project Manager. Sviluppa la sua prima App per iOS. Ne seguiranno altre 19. Menzionato tra le migliori App, vinti numerosi premi. Ha lavorato con le migliori agenzie internazionali per la promozione delle loro App.

