




400[®]
CUATROCHENTA
INTERACTIVE

CER TIFIC A
D
PA RTNE R

Guía para COMERCIALIZAR APPS PARTNER BOX 480i


400[®]
cuatrochenta
INTERACTIVE



En esta guía se exponen casos reales de Apps que nos permiten estudiar la experiencia en comercialización y gestión de proyectos App.

El objetivo de esta guía es contar la experiencia en otros proyectos anteriores para ayudar a gestionar nuevos proyectos con clientes que llegan al "mundo App".

Fijarnos en estas experiencias nos ayudará a planificar, presupuestar y gestionar mejor los proyectos de creación de Apps y evitar posibles errores comunes en el sector.



PARTIMOS DE CERO:

UN CLIENTE NOS PIDE QUE LE HAGAMOS UNA APP

Es una empresa que imprime en papel sus catálogos de producto
> Quiere pasar su catálogo a Tablet

¿Por donde empezamos?

1

PRIMER PASO

DELIMITAR EL ALCANCE Y OBJETIVOS DEL PROYECTO.

Generalmente el cliente quiere Apps que tengan de todo, con mil funcionalidades, menús, submenús, etc. Tenemos que asesorar al cliente para que entienda que su App tendrá éxito si es sencilla de utilizar y hace pocas cosas.

El primer paso es **definir los objetivos** de la App.

Algunos ejemplos:

¿Cuáles son los objetivos principales?

- Ahorrar los costes de impresión.
- Actualizar la información del catálogo tantas veces como quiera y forma inmediata.
- Que sus clientes consulten el catálogo desde cualquier parte del mundo.

- Reforzar posicionamiento de la marca utilizando medios digitales de última generación.
- Disponer de analíticas de uso y consulta del catálogo

La principal ventaja de **480interactive** es que permite dar este salto de papel a App de forma fácil y rápida. La percepción de valor del cliente es muy alta, ya que al final tendrá desarrollada una App para iOS y Android.

¿Qué cosas pueden sobredimensionar el proyecto y hacerlo poco operativo?

Como comentábamos, el cliente puede tender hacia "cargar" la aplicación con muchas funcionalidades.

Es responsabilidad del proveedor ayudar al cliente a dimensionar su proyecto App por fases o versiones. Imaginemos que el cliente también quiere usar servicios de geolocalización para controlar las rutas de sus comerciales y además quiere que desde la App se hagan los pedidos a la central.

Todo esto es viable técnicamente, pero supone mucho más que trasladar su catálogo de papel a App, supone cambios en sus procesos internos de la empresa, integración con sistemas de gestión y formar al personal de la empresa.

Es decir, una implantación tecnológica que requiere tiempo y dinero. La experiencia de empresas del sector aconsejan dimensionar los proyectos en versiones durante un periodo determinado de tiempo.

Por ejemplo:

Versión 1.0 de la App:

App del catálogo para cubrir los objetivos principales

- Ahorrar los costes de impresión.
- Actualizar la información del catálogo tantas veces como quiera y forma inmediata.
- Que sus clientes consulten el catálogo desde cualquier parte del mundo.
- Reforzar posicionamiento de la marca utilizando medios digitales de última generación

Obtener feedback de usuarios de la empresa y de clientes para introducir mejoras progresivamente.

Test de uso para verificar si las evoluciones propuestas tienen sentido y son recomendables.

Versión 2.0 de la App:

A los 5-6 meses del lanzamiento de la versión 1.0

Desarrollo de funcionalidad de Geolocalización de comerciales.

Si en los test de la versión 1.0 se ha comprobado que la funcionalidad será útil, se procede a analizar el desarrollo de esta funcionalidad y cómo se consultará la información resultante.

Se procede al desarrollo, posterior implantación de la versión 2.0, y formación a los usuarios para que comprendan cómo tienen que usar las nuevas funcionalidades.

En esta fase también se procede al test de uso para verificar si las siguientes evoluciones propuestas tienen sentido y son recomendables.

Versión 3.0 de la App:

A los 10-12 meses del lanzamiento de la versión 1.0

Gestionar pedidos desde la propia App.

Si en los test de la versión 2.0 se ha comprobado que la funcionalidad será útil, se procede al análisis de requisitos de cómo se integrará la App con sus sistema de gestión de pedidos, stock, facturación, etc. Esto requerirá de especialistas en programación que evalúen los costes de desarrollo e implantación, así como el tiempo de desarrollo necesario.

Ejemplo de App realizada con 480i Manager



SPORT Magazine

App Revista interactiva

La App de la revista interactiva del Diario Sport (Sport Magazine) ha sido diseñada con InDesign, desde donde se han añadido los efectos interactivos para conseguir que la experiencia del lector sea completamente interactiva. Es una revista de descarga gratuita y cuenta con notificaciones Push para informar a los usuarios de los nuevos números disponibles.



SEGUNDO PASO

ESTIMAR EL PERFIL DE LOS PROFESIONALES Y
TECNOLOGÍA QUE NECESITAMOS PARA HACER EL
PROYECTO.

Una vez definido el alcance y objetivos del proyecto podemos evaluar el perfil de los profesionales que necesitaremos para llevarlo a cabo.

La principal idea es que podamos llevar a cabo el proyecto con los recursos que ya cuenta nuestra agencia. 480interactive nos permite desarrollar las Apps sin programar, por lo que inicialmente podemos contar con nuestro equipo de diseño y ejecutivos de cuentas para llevar a cabo el proyecto.

Inicialmente surgirán dudas sobre procesos nuevos como "¿Cómo subir Apps a App Store y Google Play?", "¿Una vez diseñada la App, como la generamos para que se publique?".

Para solucionar todas estas preguntas hemos creado el **Programa de Partners** poniendo a disposición de las agencias nuestro equipo de soporte y ayuda. Asignamos un Project Assitant a vuestra cuenta de Partner y tendréis contacto directo con él por teléfono y email.

Si vuestro proyecto App exige el desarrollo de funcionalidades especiales que no pueden hacerse directamente con 480interactive, también podéis consultar con vuestro Project Assistant los requisitos y el presupuesto necesario para desarrollar a medida esas funcionalidades especiales.

Ejemplo de App realizada con 480i Manager



Global Asia Magazine

App Revista interactiva

La App de la revista Global Asia (Global Asia Magazine) destaca por su cuidada maquetación y estilo. Su principal característica es la doble maquetación; en vertical la revista se lee en español y en horizontal se lee en chino. Esta revista es de pago, por lo que han sido configuradas las ventas in app y suscripciones en iTunes. Cada número interactivo de la revista es creado por los mismos diseñadores que hacen la revista en papel.



TERCER PASO

EL PRESUPUESTO.

Es lo que al cliente más le interesa... ¿Cómo podemos hacer un presupuesto rentable para la empresa y atractivo para el cliente?

Ya hemos definido el alcance, los objetivos, las versiones y el equipo que se va a encargar de hacerlo, solo nos queda intentar detallar todas las tareas del proyecto para calcular las horas de trabajo que necesitamos invertir y así establecer nuestro precio de venta.

Aquí tenéis un ejemplo de plantilla de presupuesto para hacer una App que será muy útil. Además también nos servirá como una ficha de tareas a la hora de empezar a crear la App.

Fase 1 del presupuesto: Conceptualizar el proyecto

- ▶ *¿El proyecto es solo para tablets, solo para smartphones o para tablets y smartphones?*
- ▶ *Si es para tablets y smartphones, ¿Se utilizará el mismo diseño auto-escalable o se hará un diseño diferente para cada dispositivo?*
- ▶ *¿La App se va a diseñar en orientación vertical, en orientación horizontal o en ambas?.*

En este punto cabe resaltar que se recomienda elegir una única orientación, no tiene mucho sentido poner el mismo contenido en dos orientaciones, implica más trabajo y aumentará el precio final. ¿verdad que el catálogo no se imprimía en vertical y en horizontal? Entonces, ¿Por qué lo haríamos en digital?

Solo se recomienda diseñar en dos orientaciones si se va a mostrar contenidos diferentes. Por ejemplo, imaginemos que en vertical hemos puesto el anuncio de una película, y al girar el Tablet en horizontal aparece el video del tráiler. Otro buen ejemplo es la revista Global Asia, que tiene el contenido vertical en español y el horizontal en chino.

Fase 2 del presupuesto: Los recursos del diseño

- ▶ *¿Qué recursos gráficos nos facilita el cliente (fotos, vídeos, descripciones, etc.)?*
- ▶ *¿Partimos de un diseño ya existente (versión impresa de un catálogo o revista)? ¿O hay que diseñar desde cero la imagen y contenidos de la App?*

En esta parte siempre recomendamos calcular los precios igual que se hacía para presupuestar los catálogos de papel. La única diferencia es que ahora podemos añadir al catálogo cosas interactivas, como una galería de imágenes (antes para el catálogo en papel había que elegir una o dos imágenes del producto, ahora puedes poner todas las que quieras), vídeos que el cliente tenga en la web o en youtube, enlaces a su página web o redes sociales, etc.

Fase 3 del presupuesto: Publicar la App, mantenimiento técnico y garantía

Introducción a esta fase:

El resultado final del proyecto será una aplicación nativa de iOS (para iPad y iPhone) y otra de Android (tablets y smartphones). Para publicar la App en App Store y Google Play es necesario darse de alta en el programa de desarrolladores de Apple y Google respectivamente.

Si eres partner de 480interactive te ayudamos a crear la cuenta de desarrollador de vuestra agencia para que podáis publicar ahí las apps de vuestros clientes. Además el Project Assistant que tendréis asignado os ayudará en este proceso de publicar así como si el cliente requiere que la App se publique en su cuenta de desarrollador.

Las Apps que vais a crear con 480interactive están generadas con la última versión del sistema operativo iOS y Android. Estos sistemas operativos son constantemente actualizados por Apple y Google por lo que las Apps necesitan evoluciones y actualizaciones continuas.

480interactive utiliza un sistema de licencias mensuales o anuales para generar y publicar las aplicaciones y para garantizar el correcto funcionamiento y actualizaciones al mismo tiempo que evolucionan los sistemas operativos. Las Apps nunca quedan desfasadas.

Es importante saber transmitir al cliente esta peculiaridad de las Apps, ya que seguramente estará acostumbrado a concepto "web", que no requiere tanto mantenimiento. Hay que explicarle que una App es un software que se instala en un dispositivo (es como instalar Photoshop en un ordenador) Photoshop ha ido evolucionando conforme los ordenadores han sido más potentes y los sistemas operativos más veloces. Con las Apps sucede lo mismo.

Presupuesto de publicación y mantenimiento:

- ▶ *Licencia 480interactive, ¿Es un proyecto Single Issue App o Múltiple Issue App?*
- ▶ *Complementos Opcionales, ¿Lleva Notificaciones Push?*
- ▶ *¿Quiere que la App sea pública para todo el mundo o prefiere que sea privada?*

Fase 4 del presupuesto: Total presupuesto

- Horas de conceptualización de proyecto= xx horas
- Horas de diseño gráfico y maquetación en InDesign= xx horas
- Horas de preparación de la App
- (iconos y conversión del InDesign en App con 480interactive)= Aprox 4-6 horas.

- Total horas=
- Precio/hora=
- Tipo de licencia 480interactive=
- Push y Complementos=
- Total presupuesto=

Dudas habituales:

■ *¿La licencia la contrata la agencia o el cliente?*

Las dos opciones son posibles, la agencia puede elegir la modalidad de contratación. Los precios de las licencias y servicios 480interactive son transparentes y están disponibles en la web. Depende de la cada agencia si quiere transmitirle al cliente la tecnología utilizada o si prefiere no transmitirlo.

Las agencias Partners de 480interactive tienen un 5% de descuento en las licencias.

■ *¿Qué pasa si el cliente ya no quiere pagar la licencia de mantenimiento y garantía?*

La aplicación seguirá estando disponible en App Store y Google Play, pero ya no recibirá la garantía de funcionamiento ante posibles actualizaciones de Apple y Google, ni podrá actualizarse el contenido de la App.

Ejemplo de App realizada con 480i Manager



Espacio Urbano | Tizado

App Catálogo interactivo inmobiliaria

Esta aplicación, creada por el estudio de diseño Dario Porcel (Argentina), es una Single Issue App donde se muestra el catálogo de viviendas de una empresa inmobiliaria. Su versión de Android es ligeramente diferente para adaptar las vertical Pagings que fueron utilizadas en la versión de iPad. Destaca el uso del efecto "secuencia animada" para mostrar de forma original diferentes fotos de una misma vivienda.



CALCULAR EL TIMING QUE PRESENTAMOS AL CLIENTE.

Para calcular el timing del proyecto tenemos que tener en cuenta tres fases de trabajo:

1. El tiempo que necesitarán los diseñadores para realizar el proyecto, teniendo en cuenta las presentaciones al cliente y posibles cambios o modificaciones de última hora.

Tiempo de diseño y ejecución de la App: x días

2. Una vez el proyecto esté terminado y aprobado por el cliente, el tiempo que necesita 480interactive.

Tiempo de compilación de la App por 480interactive: 3 días

3. Tiempo que tardan Apple y Google en revisar una App y publicarla en App Store y Google Play:

Apple= 12-14 días

Google= 6-8 horas

Tipos de Apps que podemos crear 480Interactive:

- Catálogos interactivos
- Revistas Interactivas
- Presentaciones de empresa
- Apps para eventos
- Cartas de restaurante

- Cuentos
- Cómics
- Apps corporativas
- De grupos de música
- De bodas, comuniones, etc.

Público objetivo de Apps

Fácil:

¿Qué empresa no necesita un catálogo?

¿Qué empresa no necesita una buena presentación corporativa?

¿Qué mejor imagen que hacerla en formato App?

Datos interesantes sobre el mercado de Apps

Resumen Sociedad de la Información en España 2014 – 15ª edición

Informe:

http://www.fundaciontelefonica.com/wp-content/uploads/descargas/1421833384-150121_SIE14.pdf

Vídeo:

<http://youtu.be/Siz8YYZZsCg>

“España, enganchada al smartphone” (El País)

http://tecnologia.elpais.com/tecnologia/2015/01/21/actualidad/1421851734_781562.html

"España, el país más conectado de Europa" (Fundación Telefónica)
file:///Users/david/Desktop/CIBERPERIODISMO/NdP_Informe%20Sociedad%20de%20la%20Informacio%CC%81n%20en%20Espan%CC%83a_2014.pdf

España, el país más conectado de Europa:

- ▶ *El 74% de los hogares, conectado a internet*
- ▶ *En cifras absolutas, 26,25 millones de españoles acceden regularmente a internet, y el 78% de ellos, es decir, 20,6 millones, se conectan todos los días.*
- ▶ *Esta cifra de usuarios intensivos ha crecido 10 puntos y medio en 2014.*
- ▶ *Los españoles de entre 55 y 64 años que se conectan diariamente a Internet. Uno de cada dos ya lo hacen. Es la franja de edad que más crece.*
- ▶ *2014 ha sido el año de la consolidación del comercio electrónico y la fibra óptica en el hogar*
- ▶ *España es el país de la UE con mayor % de smartphones: España (81%), UK (75%), Francia y Alemania (67%)... 8/10 buceos en la red se hacen desde un dispositivo móvil, un aumento de más del 10% respecto a 2013.*
- ▶ *Y también de Smart TV: España (23%), Alemania (20%), UK (17%), EE. UU. (16%)...*

Por primera vez la facturación de la banda ancha móvil para smartphones es mayor a la banda ancha fija.

- Se asienta el comercio electrónico: el 43% de los españoles ya ha comprado por internet. Medicamentos, juegos y material formativo crecen.
- El 38% de los usuarios reciben información comercial en el móvil adoptada al lugar. Información que la mayoría de ellos (51%) considera útil.
- Hábitos de vida digitales y consumo de contenidos, generalizados on line: e-mail, compartir fotos... solo aguanta el libro como estandarte de formatos tradicionales.
- Vida digital multidispositivo: sube el uso del smartphone (22%), tablet (32%) y lector de libros (38%). 2/3 españoles son usuarios multidispositivo. Smartphone sirve de nexo de unión entre dispositivos: complementa la información que se ve en la TV y sirve de fuente de información sobre actividades de entretenimiento en directo.
- La información, sea de periódicos o revistas online, sigue ganándole la batalla a las redes sociales en el uso que hacen los 26,25 millones de españoles habituales de Internet. De hecho amplía su ventaja. Si en 2013 le sacaba casi seis puntos de ventaja a Facebook, Twitter y compañía, ahora la brecha se ha ampliado a un 10%. Pero tanto las redes sociales como la mensajería instantánea han tenido dos años de oro: el informe destaca que Twitter ha crecido en este periodo un 600% y WhatsApp un 200%.

- El consumo de vídeo bajo demanda supera a la televisión en abierto entre los más jóvenes. El 95% de ellos ve contenidos gratuitos en la red.
- Datos de lectura de periódico en internet (16%).
- Servicios utilizados por los usuarios de internet: aumenta del 70% al 77,6% leer o descargar noticias, periódicos o revistas on line.