



APPS BUSINESS

- Información del curso:
- Idioma: Español
- 60 horas de contenido
- Online y a tu ritmo
- Garantía de 7 días
- Certificado de conclusión

OBJETIVOS

Convertirte en experto en app business, app marketing y growth. Conseguir resultados con las apps que gestionas.

Adquirir conocimientos avanzados y aprender los atajos de los que lo han logrado muchas veces y se la han pegado otras tantas. Ahorrarte tanta prueba y error. Lo que supone un ahorro de tiempo y dinero.

Conocer las estrategias que mejor funcionan para aumentar la retención de usuarios y los ingresos en una app, recomendadas por expertos en activo.

Descubrir y saber cómo utilizar las mejores herramientas de marketing y gestión de proyectos para tu app (UI/UX, coordinación, analítica, ASO, comunicación, etc).

MÓDULO 1 APP STRATEGY

Datos y estadísticas del mercado y la competencia que debes conocer para tomar buenas decisiones de negocio con las apps que gestiones.

- Penetración y usos del móvil
- Características especiales del usuario móvil
- Visitas y retención Apps vs web en cifras
- iOS vs Android en el mundo (penetración vs ingresos)
- Tendencia apps próximos años (hasta 2025)
- ¿Cómo podemos sacar partido de la penetración del móvil actual?

MÓDULO 2 CLAVES GESTIÓN PROYECTO APP

Menos frustración, dolores de cabeza y más cumplimiento de timings y objetivos (LEAN STARTUP, AGILE Y SCRUM).

- Presentación de las metodologías MUST, overview y diferencias entre cada una
- Caso real: nuestra aplicación en el día a día. ¿Cómo lo aplicamos? ¿Es para todos los proyectos?
- Lean Startup: claves para un proyecto app
- Agile, Scrum, Y Kanban : claves para un proyecto app
- Diferencias entre Design Thinking, Lean Startup y Agile
- ¿Por qué estas metodologías ahorran frustración y dolores de cabeza?
- Caso Práctico.

MÓDULO 3 APPS. LAS REINAS DEL MOBILE

Ventajas y desventajas. Conoce los tipos de app y diferencias entre ellos. Precios de una app. Cómo hacer el briefing de una app.

- 7 errores más comunes al crear apps.
- Diferencias cuando gestionas un proyecto web y uno de app.
- Valida si la estrategia de producto de tu app está bien fundamentada.
- Tipos de apps y cuál conviene según objetivos y roadmap.
- Ventajas y retos de las Apps.
- Los 7 conceptos que necesitas conocer para que te respeten los programadores.
- Glosario App Marketing con los términos imprescindibles que necesitas conocer.
- Diferencias iOS y Android (licencias, revisión y fragmentación).
- Precio de una app. ¿Cuánto vale una App? Baremos para que puedas estimar lo que costaría.
- Cómo hacer el Briefing de una App.
- Plantilla briefing.
- Importancia del mantenimiento.
- Caso práctico.

MÓDULO 4 ESTRATEGIAS MONETIZACIÓN APPS

Explicamos y ponemos ejemplos de las 13 estrategias principales que existen para multiplicar los ingresos en una app.

- ¿Cómo conseguir que una app genere ingresos?
- Descubre los modelos de negocio mobile.
- 13 Formas de monetización App: overview.

- Modalidad Freemium.
- Pago por descarga.
- Compras in-app.
- Suscripción.
- M-commerce.
- Anuncios in-app.
- Rewarded video.
- Afiliados.
- Sponsor in-app.
- Merchandising.
- Fidelización.
- Venta de datos.
- Comisiones.
- Caso Práctico.

MÓDULO 5 MAXIMIZA LA RETENCIÓN DE USUARIOS

Gracias a las herramientas y las estrategias que explicamos en este módulo.

- KPIs referencia retención apps.
- Razones por la que la gente se desinstala una app.
- Notificaciones Push. Estrategias principales. Importancia del cómo. Los mejores trucos. Las mejores herramientas.
- Geofencing. ¿Qué es? Ventajas¿Cómo utilizarlo en una app? Herramientas para usarloEjemplos de uso.
- Caso práctico.

MÓDULO 6 ERRORES COMUNES

Evita los 10 errores que más se repiten al gestionar un proyecto app. Ahorra mucho tiempo y dinero.

- Comunicación de equipo deficiente.
- Validación del producto insuficiente.
- Demasiado optimismo.
- Testings insuficientes.
- Reparto incorrecto del presupuesto
- El desarrollador no responde.
- Insuficiente planificación y calendarización.
- No hay mejora continua.
- La app no está bien trackeada (analytics).
- Desaprovechar el poder del ASO.
- Caso práctico.

MÓDULO 7 APP PRODUCT Y UI/UX

Cómo conseguir una app que enamore a los usuarios:

- ¿Se validó la idea de app antes de publicarla en el mercado?
- Product-led-growth. Cómo conseguir que la propia app haga el marketing orgánicamente.
- UI vs UX: conceptos básicos que debes conocer.
- Claves del UX en móvil. Cómo seducir a los usuarios en la pequeña pantalla.
- Buenos ejemplos UX.
- Experiencia Top con animaciones.
- Evolución de la UI.
- Metodología. Cómo aplicar la metodología diaria al desarrollo de producto y programación.

- A/B testing. Cómo realizar un test AB. Bases necesarias.HerramientasA/B testing con Firebase.
- Caso práctico.

MÓDULO 8 ASO INTERMEDIO Y AVANZADO

Consigue millones de descargas gratuitas con ASO – App Store Optimization

- Los conocimientos must para comenzar.
- Cómo conseguir descargas gratuitas para tu App con ASO (App Store Optimization).
- Proceso ASO.
- Cómo realizar un keyword research
- Herramientas ASO.
- App Radar. ¿Cómo es una herramienta ASO por dentro y cómo utilizarla?
- IN-APP EVENTS app store.
- Auditoría inicial y optimizaciones, ¿en qué se diferencia cada una?
- App Indexing [updated info -Android App Links]
- Cómo multiplicar descargas combinando ASO + UA.
- 4 claves prácticas para aumentar el rating y las valoraciones de una app
- [NUEVO] : IA y CHATGPT para ASO y Contenidos.**
- Caso Práctico 1.
- Caso Práctico 2.
- Plantilla ASO.

MÓDULO 9 APP ANALYTICS

Los datos hablan. Aprende a entenderlos para mejorar y optimizar tu app.

- Analítica web vs analítica App.
- Los 12 KPIS imprescindibles para analizar una app.
- Trackea tu App paso a paso.
- Qué es un SDK y cuáles debe incorporar una app.
- SDK vs API.
- Firebase: tutorial paso a paso.
- Firebase: Informes y automatización.
- Novedades Google Analytics 4 vs Firebase.
- Google Play Console: analytics.
- App Store Connect analytics.
- Otras herramientas de analítica app.
- Caso Práctico.
- MASTERCLASS CYCLEGO: cómo implementar Firebase Analytics desde un punto de vista técnico.

MÓDULO 10 ADQUISICIÓN USUARIOS APPS

Publicidad, anuncios y herramientas de atribución.

- Diferencias entre la publicidad en desktop y la publicidad en móvil.
- ¿Qué mínimo debo invertir para conseguir usuarios en mi app?
- Mejores canales de publicidad en móvil (FB/IB, Gads, Twitter, Applovin, Vungler, etc).
- Meta Ads para Apps: cómo crear una campaña y recomendaciones
- Google Ads para Apps: cómo crear una campaña y recomendaciones

- Tiktok Ads para Apps: cómo crear una campaña y recomendaciones
- Apple Search Ads: cómo crear una campaña y recomendaciones
- Mobile Ad Networks
- Google Admob
- App Lovin
- Publicidad programática en mobile
- Medición a partir de iOS 14.
- Herramientas de atribución: Adjust, Appsflyer, Branch, Kochava, etc.
- Tutorial Adjust.
- Caso Práctico.

Todos los negocios conllevan riesgos y esfuerzos y acciones masivas y consistentes. Si no está dispuesto a aceptar eso, NO OBTENGA ESTE CURSO. Al enviar su dirección de correo electrónico y número de teléfono en este sitio web, usted está autorizando a nuestra empresa a enviarle mensajes informativos y promocionales por correo electrónico, llamadas telefónicas y mensajes de texto. Todos los ingresos y representaciones de ingresos son solo declaraciones aspiracionales de su potencial de ganancias. El éxito, los testimonios y otros ejemplos utilizados son resultados excepcionales y no típicos, y no pretenden ser ni son garantía de que usted u otros logren los mismos resultados. Los resultados individuales siempre variarán y los tuyos dependerán por completo de tu capacidad individual, ética de trabajo, habilidades y experiencia comercial, nivel de motivación, diligencia al aplicar los conocimientos transmitidos, la economía, los riesgos normales e imprevistos de hacer negocios y otros factores. E-duc@cion online no es responsable de sus acciones. Usted es el único responsable de sus propios movimientos y decisiones, y la evaluación y el uso de nuestros productos y servicios se deben basar en su propia diligencia debida. Usted acepta que este curso no es responsable ante usted de ninguna manera por sus resultados en el uso de los productos y/o servicios que usted adquiere.

