



Desarrollador de aplicación es móviles

Actividad 1

Posicionamiento en tienda

Propósito de la actividad

Aplicar el proceso ASO de aplicaciones móviles para mejorar el posicionamiento de una aplicación en la tienda.

Practica lo que aprendiste

1. Escribe con tus propias palabras cuales son los 3 objetivos del ASO.

- ❖ Mejorar la visibilidad de la app: Esto implica optimizar el título, la descripción y las palabras clave para que la aplicación aparezca en los resultados de búsqueda de las tiendas de aplicaciones, aumentando así su descubrimiento por parte de usuarios potenciales.
- ❖ Aumentar la tasa de conversión: Se busca que más usuarios que vean la aplicación decidan descargarla. Esto se logra mediante la creación de un ícono atractivo, capturas de pantalla efectivas y una descripción clara y persuasiva que resalte las características y beneficios de la app.
- ❖ Fomentar la retención de usuarios: Una vez que los usuarios descargan la app, es fundamental mantenerlos interesados. Esto se puede lograr mediante actualizaciones regulares, una buena experiencia de usuario y atención al feedback, lo que puede contribuir a obtener mejores reseñas y aumentar la lealtad del usuario.



2. Ordena las etapas del proceso de selección de palabras clave.

(1) Realiza una primera selección de palabras clave que describan o estén relacionadas con tu aplicación.

(5) Secciona los textos clave en una descripción general y una detallada para utilizarlas en la tienda de aplicaciones.

(4) Usa las palabras clave que seleccionaste para describir tu aplicación y sus funciones (estos serán los textos clave).

(2) Selecciona la palabra que mejor describa a tu aplicación (ésta será la palabra principal).

(3) Crea un nombre para tu aplicación usando la palabra principal.

3. Indica cuáles de los siguientes son elementos son factores On-metadata y cuales Off-metadata:

a. On-metadata

(A) Descripciones

(B) Rating de la app

(A) Tamaño de la app

(A) Capturas de pantalla

(B) Atracción de usuarios

b. Off-metadata

(A) Nombre de la app

(B) Comentarios

(B) Volumen de instalaciones



4. Indica a qué fase del proceso ASO corresponde cada actividad.
 - (A) Averiguar las palabras clave menos competidas por las que se podría lograr un mejor ranking.
 - a. Análisis
 - (B) Definir el nombre de la aplicación siguiendo las reglas que marca cada una de las tiendas de aplicaciones.
 - (A) Analizar los resultados de búsqueda de palabras clave propias.
 - b. Optimización
 - (A) Revisar iconos, capturas de pantalla, videos y comentarios de las aplicaciones de la competencia para detectar fortalezas y debilidades.
 - (A) Evaluar los comentarios de los usuarios y compararlos con los de la competencia para determinar las preferencias de los usuarios.
 - (B) Elegir la categoría a la que mejor se adecúe la aplicación.
 - c. Monitorización
5. Investiga 3 ejemplos de apps exitosas que han utilizado la técnica de ASO
 1. Spotify

Spotify ha mejorado su visibilidad al usar palabras clave relacionadas con música en su descripción. Su ícono atractivo y las imágenes de la app muestran bien lo que ofrece, lo que atrae a más usuarios. Además, presta atención a los comentarios de la gente para hacer mejoras continuas.
 2. Headspace

Headspace destaca su propósito de meditación en su descripción, lo que capta la atención de quienes buscan bienestar. Utiliza imágenes y videos que muestran cómo funciona la app, lo que ayuda a que más personas se animen a descargarla. También elige bien en qué categorías debe aparecer para ser fácil de encontrar.
 3. Trello

Trello utiliza palabras clave que lo relacionan con la gestión de proyectos y la productividad. Analiza a otras apps similares para ver qué hace bien y qué no, y ajusta su estrategia. Además, se actualiza frecuentemente, incorporando sugerencias de los usuarios para mantener buenas calificaciones.