



Principios para el diseño de aplicaciones móviles:

# Atraer a los usuarios y generar conversiones

think with Google™



# Introducción

Las aplicaciones se han convertido en un modo generalizado y de confianza para ofrecer contenido y servicios. Pero en un mercado saturado, ¿cómo puede una aplicación móvil llegar a ser útil, pertinente y valiosa para satisfacer y retener a los usuarios? Jenny Gove, directora de Investigación en Experiencia de Usuario señala 25 principios para desarrollar una excelente aplicación móvil.

Aplicaciones móviles: para los usuarios, nunca hay suficientes. ¿Necesitas pruebas? Se estima que [en 2017 se descargarán 200 mil millones de aplicaciones](#).<sup>1</sup> Los profesionales del marketing experimentan con sus propias aplicaciones e invierten para asegurarse de que los usuarios las encuentran; en 2015 [gastaron unos 3 mil millones de dólares en publicidad para instalar aplicaciones](#), lo que representó un aumento del 80% respecto a 2014.<sup>2</sup>

Teniendo en cuenta este cambio radical en el comportamiento de los consumidores, no es de extrañar que los profesionales del marketing estén dispuestos a mejorar continuamente la experiencia de las aplicaciones que crean. Las aplicaciones permiten desarrollar productos en torno a las necesidades de los usuarios y crear relaciones rentables con clientes estables a largo plazo. Los programadores y profesionales del marketing de marca cada vez tienen más dificultades para que los usuarios [encuentren y descarguen sus aplicaciones](#), y que después sigan interactuando. Nada menos que un 25% de los usuarios de aplicaciones abren una aplicación una vez y nunca vuelven a ella.<sup>3</sup>

Más que nunca, los usuarios interactúan con sus teléfonos en momentos cruciales y durante períodos de tiempo cada vez más cortos. Sus experiencias deben ser eficaces y agradables. Además, una aplicación bien diseñada y a la vez útil es capaz de sobresalir entre la masa. Puede aportar lo necesario a los usuarios cuando necesitan [saber algo, ir a algún sitio, comprar algo y hacer algo](#).

Nada menos que un 25% de los usuarios de aplicaciones abren una aplicación una sola vez y nunca vuelven a ella.

Sabemos que respetar un conjunto de principios sencillos y eficaces sirve de ayuda. Esto es lo que aprendimos en nuestro anterior proyecto sobre [diseño de sitios para móviles](#). Condujo a las marcas a realizar cambios y eliminar barreras para poder ofrecer a sus clientes experiencias realmente útiles. Al igual que los sitios web para móviles, las aplicaciones móviles deben ayudar a los usuarios a realizar sus tareas y facilitar las conversiones.

Con esto en mente, tratamos de descubrir los ingredientes clave de una aplicación para móviles excelente. Nos asociamos con AnswerLab para llevar a cabo un estudio sobre más de 100 usuarios en más de 100 aplicaciones diferentes a través de varios mercados verticales, que incluían comercio electrónico, seguros, viajes, alimentación, venta de entradas y servicios, y gestión financiera. (El estudio no incluía aplicaciones de juegos, aplicaciones de redes sociales y servicios de música).

## Guiar eficazmente a los usuarios de aplicaciones en la realización de una tarea

Nos fijamos en las tareas relacionadas con las conversiones, como comprar algo, realizar una reserva o buscar planes y precios.

Estamos encantados de poder compartir una información valiosa que te permitirá generar implicación con la marca ofreciendo una guía sobre funciones útiles y eficaces; lo cual es fundamental para crear una experiencia que agrade. Las aplicaciones pueden guiar a los usuarios con fluidez en la realización de tareas proporcionando excelentes funcionalidades de comercio electrónico e integrando sistemas de pedido y pago eficaces. En última instancia, la creación de una aplicación atractiva comienza prestando atención a la facilidad de uso.

El estudio permitió obtener muchos más datos valiosos. Los hemos reunido para ofrecer los mejores 25 divididos en seis categorías: navegación y exploración en la aplicación, búsquedas dentro de la aplicación, comercio y conversiones, registro, formularios y facilidad de uso y comprensión. Empecemos por el capítulo 1, Navegación en la aplicación.



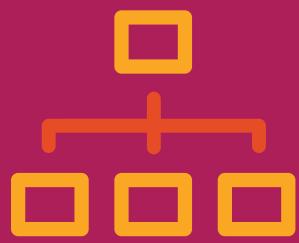
Jenny Gove, directora de Investigación en Experiencia de Usuario, Google

## Fuentes

**1** eMarketer "App Downloads Will Double in Next Four Years" (Las descargas de aplicaciones se duplicarán en los próximos cuatro años), 3 de febrero de 2014.

**2** eMarketer "App Install Ads Help Marketers Cut Through the Clutter" (Los anuncios de instalación de aplicaciones ayudan a los profesionales de marketing a sobresalir entre la masa), 17 de julio de 2015.

**3** eMarketer "App Marketing 2015: Fighting for Downloads and Attention in a Crowded Market" (Marketing de aplicaciones en 2015: conseguir descargas y atraer la atención de los usuarios en un mercado altamente competitivo), julio de 2015.



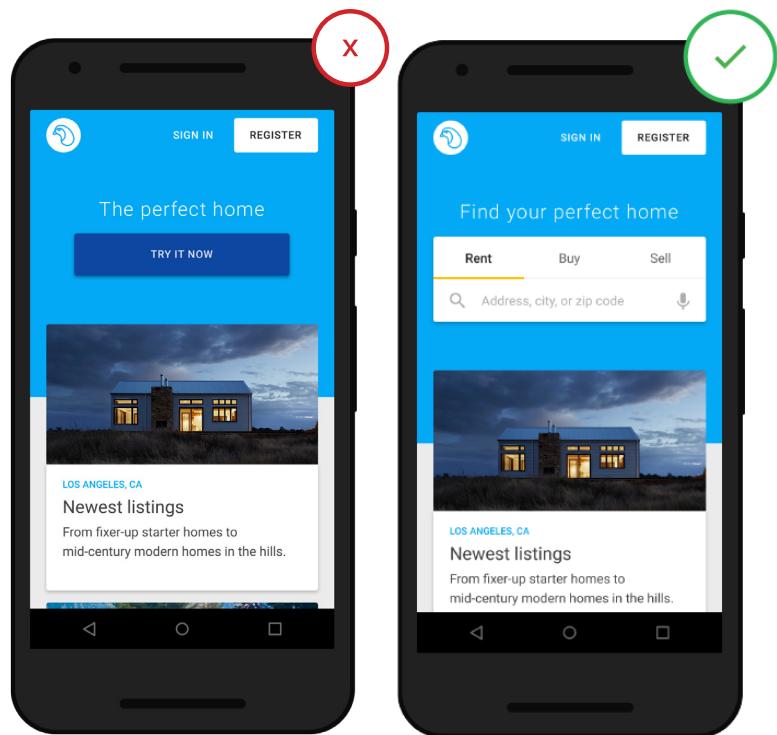
# Capítulo 1:

# Navegación y exploración en la aplicación

Se debería guiar a los usuarios hasta el contenido que buscan de forma rápida. Estos principios básicos te ayudarán a diseñar una navegación por la aplicación eficaz y agradable.

## 1 Muestra el valor de la aplicación de inicio

Coloca las llamadas a la acción en un lugar destacado: esto permitirá involucrar al usuario y despejar incógnitas sobre lo que deben hacer. Destaca las características clave y nuevas de tu aplicación en el lugar y el momento oportunos para que sean una fuente de satisfacción e interés en vez de frustración y confusión.

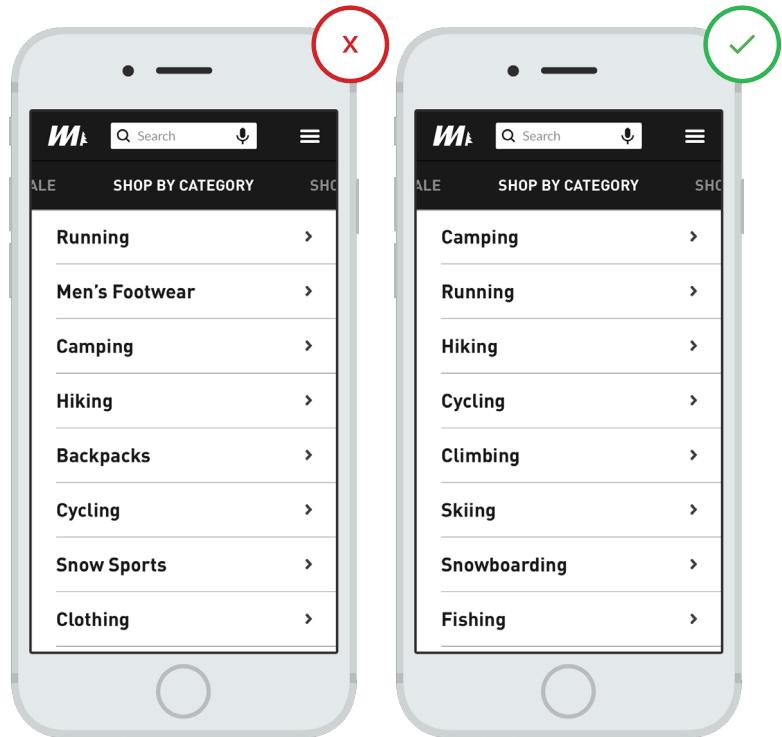


**X** “Probar ahora” es impreciso y no está orientado a la acción.

**✓** “Alquilar”, “Comprar” y “Vender” ofrecen llamadas a la acción claras.

## 2 Organiza y etiqueta las categorías del menú para que sea fácil de usar

Los usuarios tienen dificultades para interpretar y distinguir las categorías de los menús que no se corresponden con sus modelos mentales de categorías. Las categorías del menú deberían ser claras y no solaparse. Esto es importante sobre todo cuando un usuario se decide por un menú como último recurso, tras agotar las opciones de la función de búsqueda.

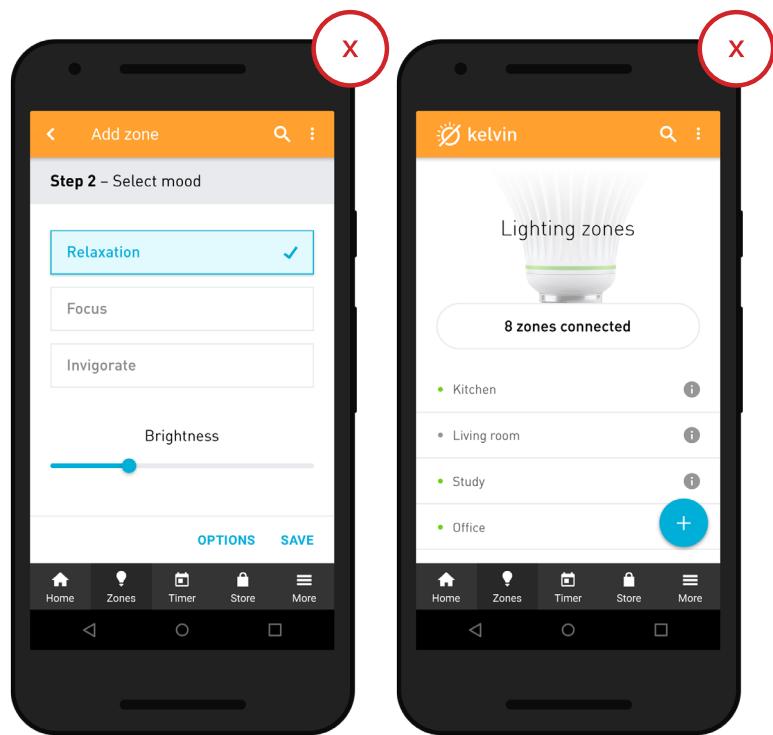


**X** El contenido de las categorías no debe solaparse (p. ej., "calzado de hombre" y "senderismo").

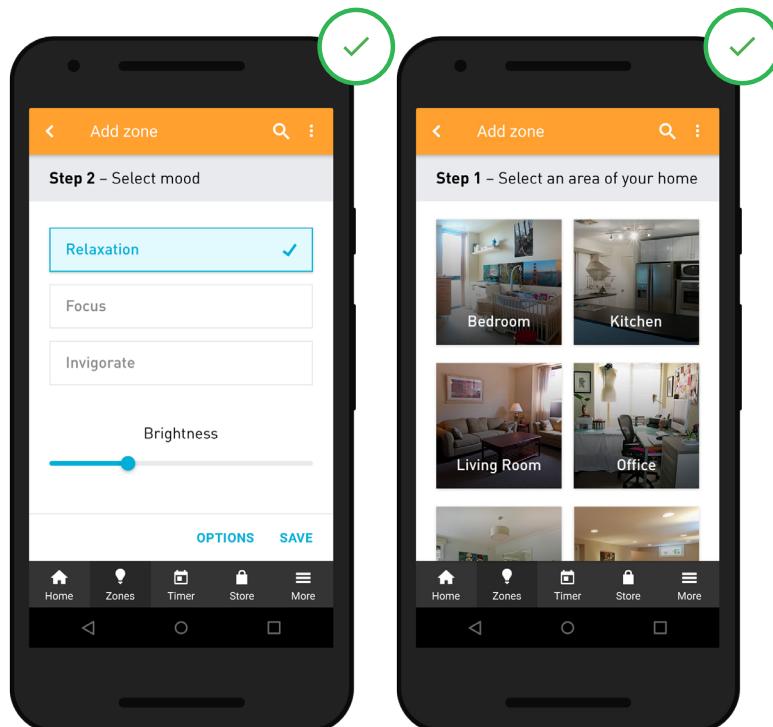
**✓** Las categorías de productos están bien diferenciadas para evitar confusión.

### 3 Permite a los usuarios “volver” con facilidad en un solo paso

A veces, el usuario solo quiere retroceder un paso al usar la aplicación. Las aplicaciones deberían integrar funciones que permitan retroceder al usuario con el fin de que no se vea obligado a empezar de nuevo desde la pantalla principal, lo cual, en algunos casos, provoca la pérdida de los datos no guardados. Al permitir a los usuarios retroceder un paso, desaparece esta frustración y la necesidad de buscar soluciones alternativas inadecuadas. Los controles específicos de navegación son muy útiles para ayudar a los usuarios a realizar conversiones.



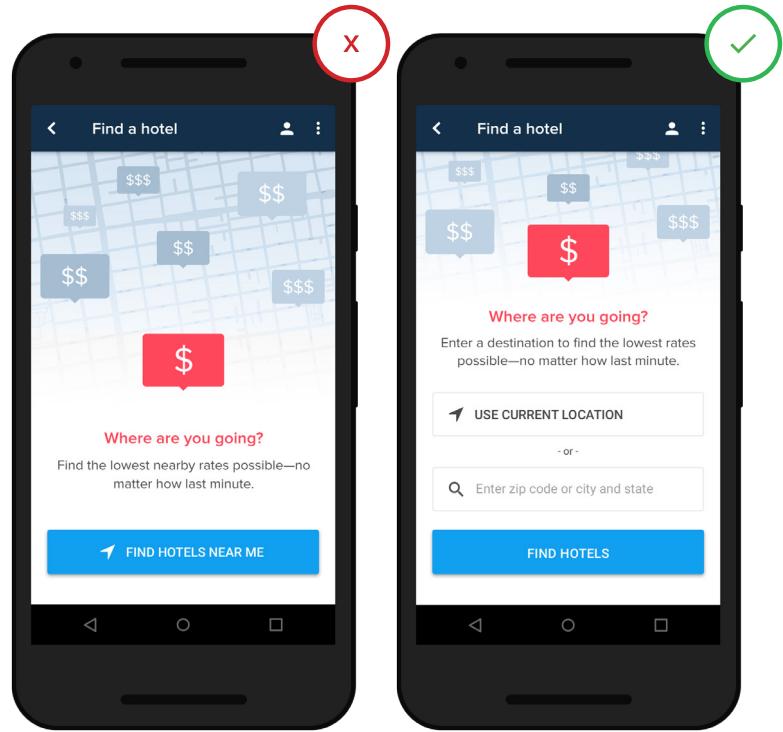
✗ El botón de retroceso permite ir al primer paso del proceso, causando confusión al usuario.



✓ El botón de retroceso solo vuelve al paso anterior del proceso, tal y como los usuarios esperan.

## 4 Haz que resulte sencillo la ubicación de forma manual

La detección automática de ubicación puede ahorrar tiempo a los usuarios. Sin embargo, a veces los usuarios necesitan encontrar una tienda que no está en las inmediaciones. Permite que se pueda introducir la ubicación de forma sencilla y rápida.



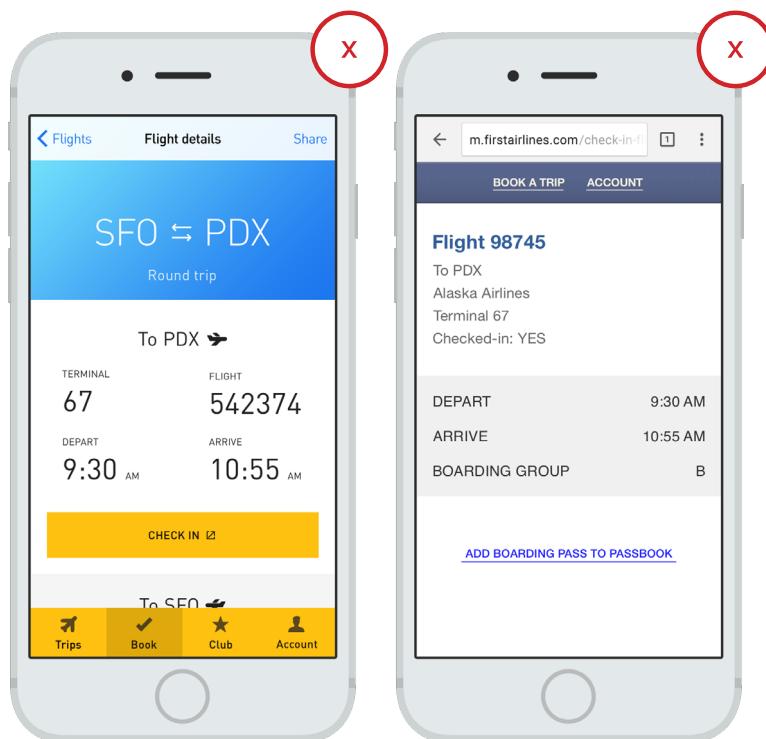
**X** No existe una manera clara para que el usuario cambie de ubicación.

**✓** El usuario tiene la posibilidad de seleccionar la ubicación de forma clara.

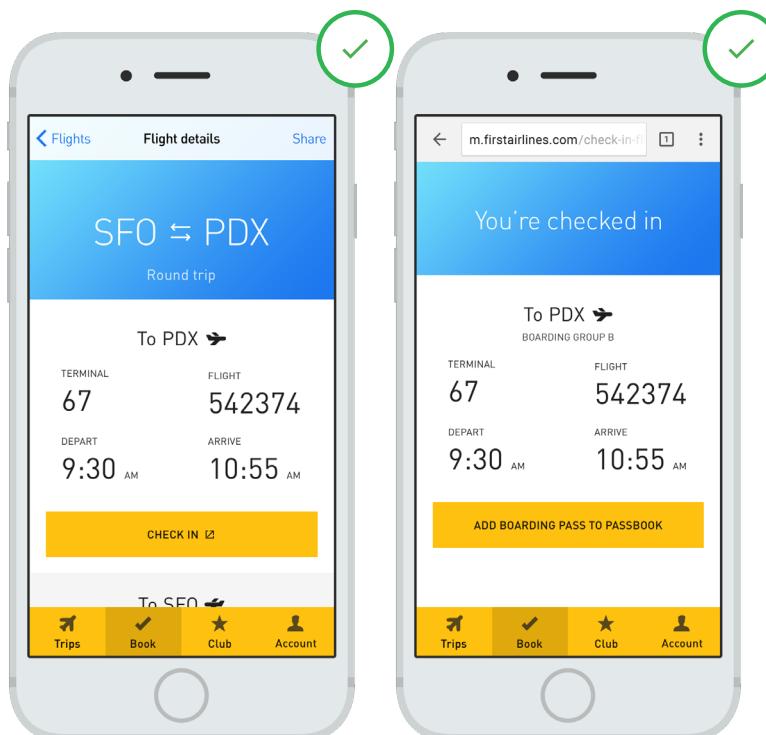
## 5

## Crea transiciones sin obstáculos entre las aplicaciones móviles y la web móvil

Los usuarios pueden sentirse frustrados cuando una aplicación les dirige a una web móvil para acceder a más contenido o completar una tarea. Por ejemplo, puede ser confuso si la apariencia o diseño es diferente en las dos plataformas. También puede ser un problema si la transición es demasiado lenta y el usuario se ve obligado a esperar a que la página web cargue. Si es necesario dirigir al usuario a la web móvil, asegúrate de que el diseño sea uniforme para ayudar en la transición. También es una buena idea asegurarse de que la transición sea rápida y que el beneficio, en oposición a cualquier obstáculo residual, valga la pena.



**X** La experiencia visual e interactiva difiere entre la aplicación y el sitio web.



**✓** La transición entre la aplicación y el sitio web no presenta obstáculos gracias a la coherencia de los diseños y las optimizaciones para conseguir rapidez.

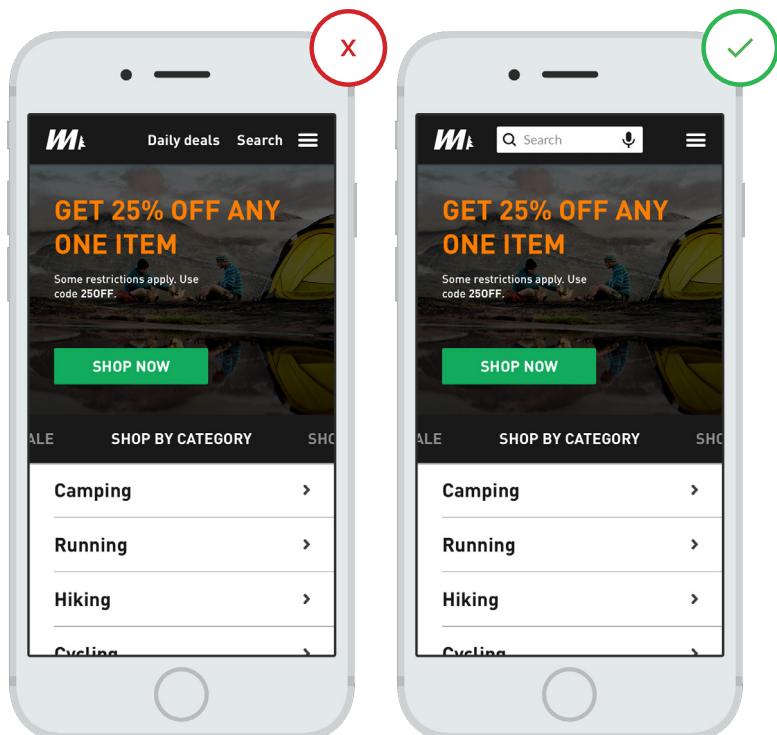


## Capítulo 2: Búsquedas en la aplicación

Es fundamental que los usuarios puedan realizar búsquedas eficaces y útiles en la aplicación para que encuentren lo que necesitan. Ten en cuenta estos principios con el fin de maximizar el valor de las funciones de búsqueda de tu aplicación.

### 6 Destaca el campo de búsqueda

Los usuarios con una tarea o necesidad específica suelen utilizar un campo de búsqueda, ya que a menudo prefieren esto a tener que navegar. Las aplicaciones que no tienen un cuadro de búsqueda destacado pueden provocar frustración en el usuario y ralentizar su tarea.

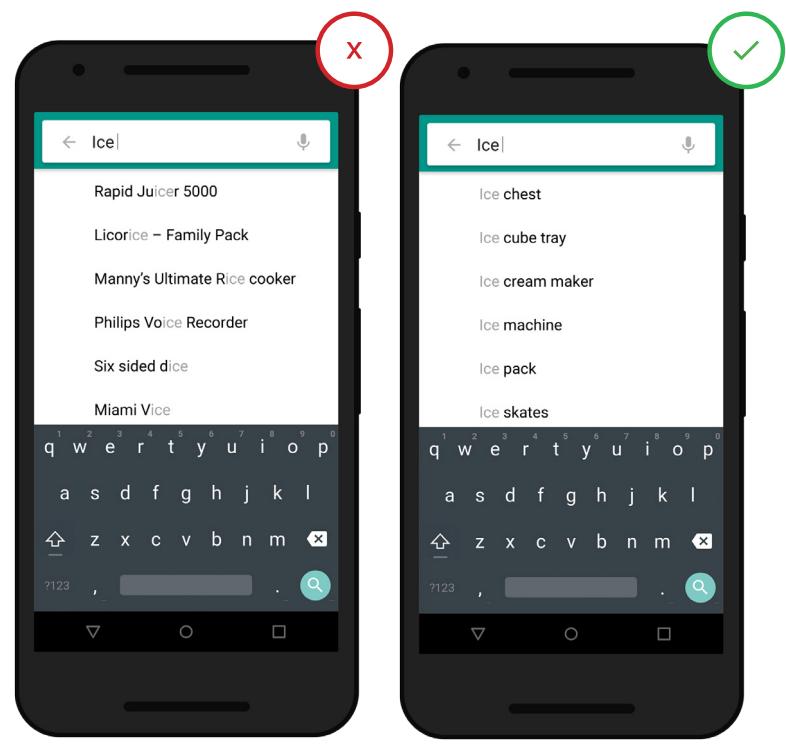


**X** Las función de búsqueda está escondida detrás de una opción de menú.

**✓** Un campo de búsqueda a la vista se encuentra con facilidad.

## 7 Utiliza una indexación de búsqueda eficaz

Asegúrate de que los resultados de búsqueda sean útiles. Teniendo en cuenta la frecuencia con la que los usuarios usan la función de búsqueda para realizar ciertas tareas, esperan que funcione tan bien como Google. Algunas funciones útiles son la corrección ortográfica automática, el reconocimiento de raíces de palabras, la predicción de texto y las sugerencias que aparecen mientras el usuario escribe. Estas herramientas pueden reducir la probabilidad de que los usuarios cometan errores. También agilizarán el proceso de búsqueda y despejarán el camino de los usuarios hacia la conversión.

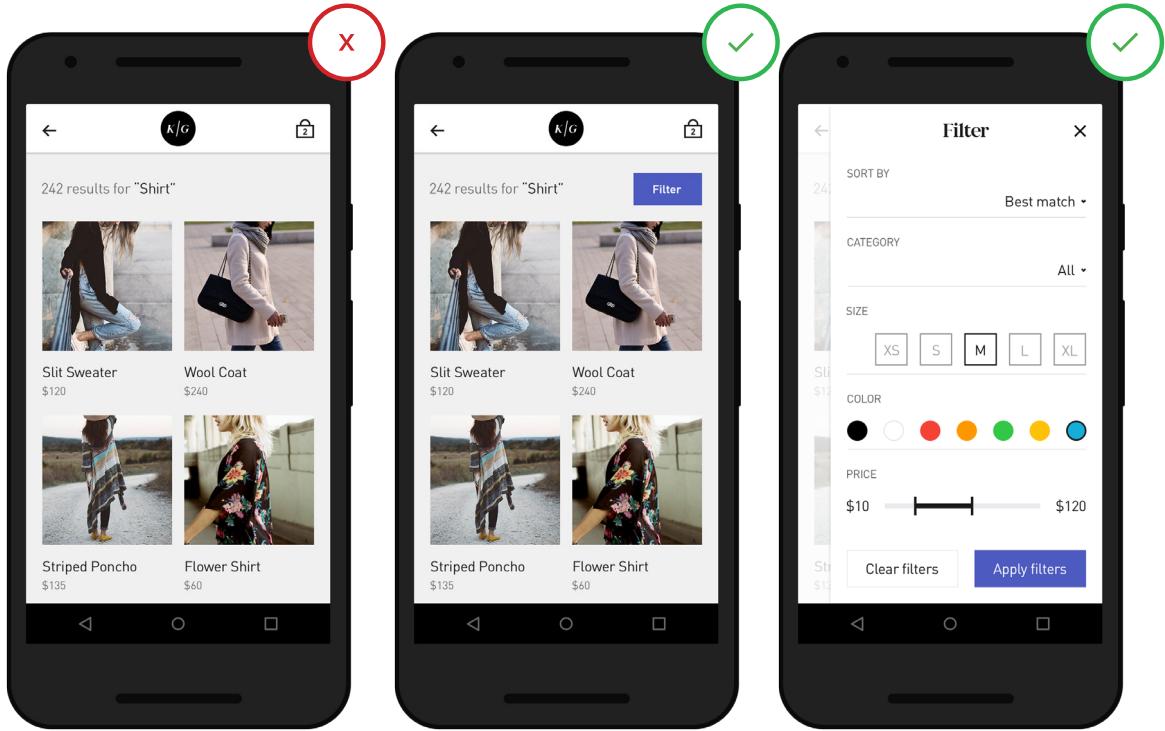


**X** Una indexación de búsqueda ineficaz ofrece una experiencia de búsqueda deficiente.

**✓** Una indexación de gran calidad permite a los usuarios obtener resultados eficaces y orientados.

## 8 Incluye opciones para filtrar y ordenar

Los usuarios se agobian cuando sus términos de búsqueda dan lugar a resultados aparentemente irrelevantes o demasiado abundantes. Las opciones para filtrar y ordenar pueden ayudar a los usuarios a organizar y limitar los resultados, y evitar así tener que desplazarse por ellos en demasiada pantalla en una pequeña pantalla.



✗ Las opciones para filtrar u ordenar los resultados no existen o están ocultas, lo cual obliga a los usuarios a revisar demasiados elementos.

✓ Se ofrecen opciones eficaces para filtrar y ordenar resultados, lo que permite delimitar la búsqueda.

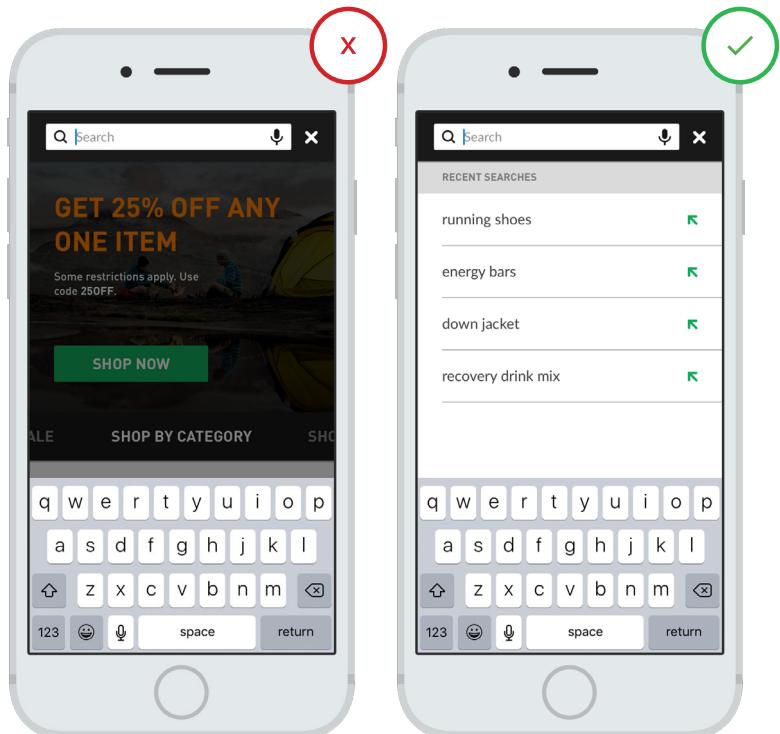


# Capítulo 3: Comercio y conversiones

A medida que el uso del comercio móvil crezca, los usuarios exigirán cada vez más experiencias fluidas dentro de las aplicaciones a la hora de buscar, revisar, comprar productos y obtener información sobre estos. A continuación, se explica cómo crear una experiencia de usuario perfecta para generar conversiones.

## 9 Proporciona información sobre búsquedas y compras anteriores

Pon a disposición del usuario las búsquedas anteriores y las compras recientes para que ahorre tiempo y esfuerzo. Esto es especialmente importante en las aplicaciones usadas con frecuencia en las que los usuarios realizan búsquedas o compras repetitivas.

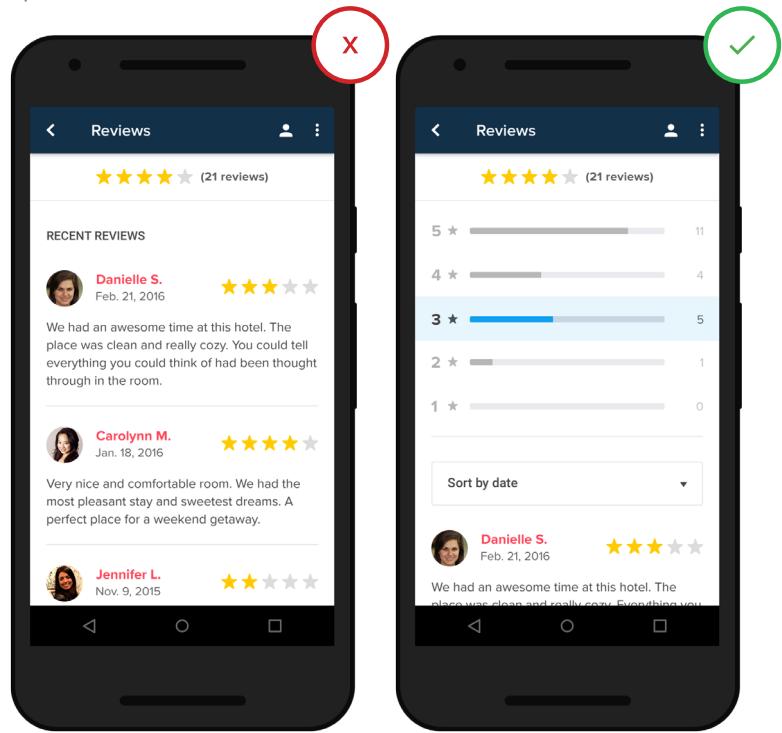


**X** Los usuarios están obligados a introducir la búsqueda cada vez, incluso si esta ya se ha realizado anteriormente.

**✓** El usuario puede comprobar y usar las búsquedas anteriores con facilidad.

## 10 Permite ver y filtrar las reseñas de los usuarios

Las reseñas de los usuarios son un aspecto fundamental a la hora de tomar una decisión de compra. Un gran número de reseñas aporta más confianza a los compradores potenciales. Muestra las puntuaciones generales y permite a los usuarios ordenar y filtrar las reseñas para que puedan conocer la “realidad” de un producto. Ofréceles la opción de explorar las reseñas más recientes, las más positivas y las más negativas para que puedan descubrir los aspectos que tienen en común. También agradecerán ver reseñas verificadas de usuarios que hayan comprado el artículo.

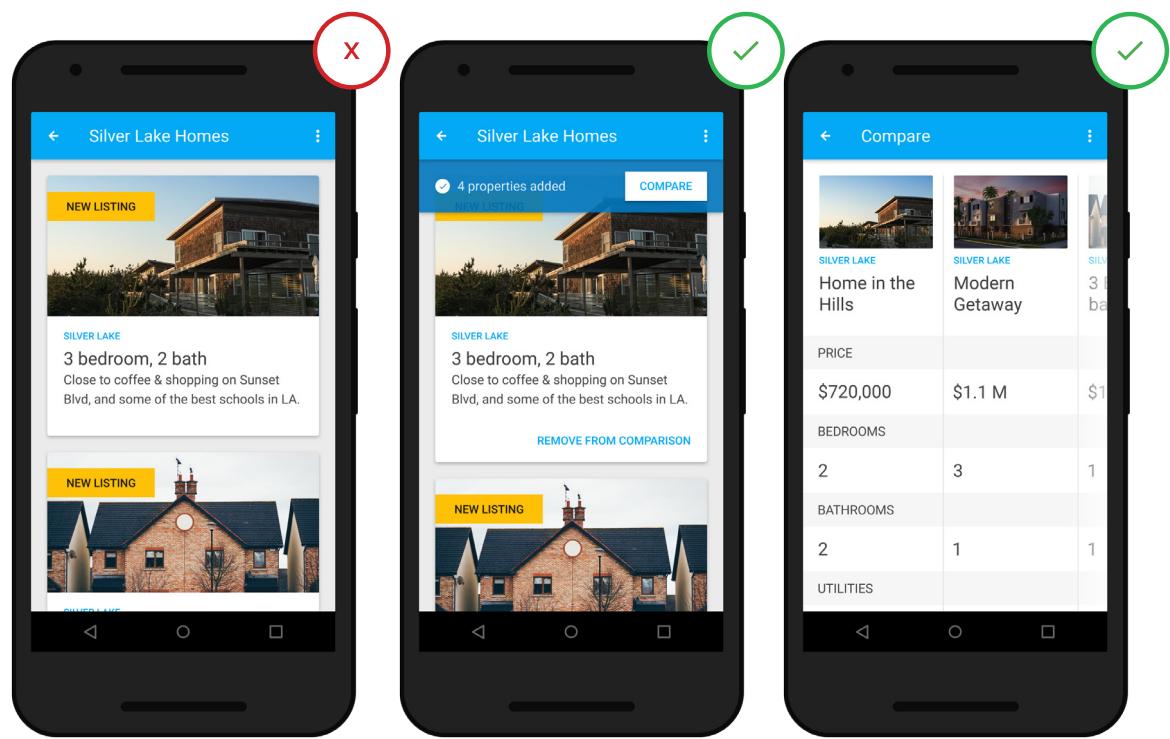


**X** Las opciones para filtrar las reseñas de los clientes no existen o están ocultas.

**✓** Las opciones para filtrar y ordenar las reseñas de los consumidores están habilitadas.

# 11 Habilita las funciones de comparación de compras

Cuando los usuarios compran, desean comparar con facilidad artículos de interés. Sin esta posibilidad, los usuarios de aplicaciones se ven obligados a poner los artículos en sus carritos para poder comparar o recordar artículos para más tarde. En la Web, los usuarios pueden solventar esto abriendo pestanas para comparar productos. Las funciones de comparación integradas en las aplicaciones permiten evitar estas soluciones alternativas y ayudar a los consumidores a encauzar sus decisiones de compra.

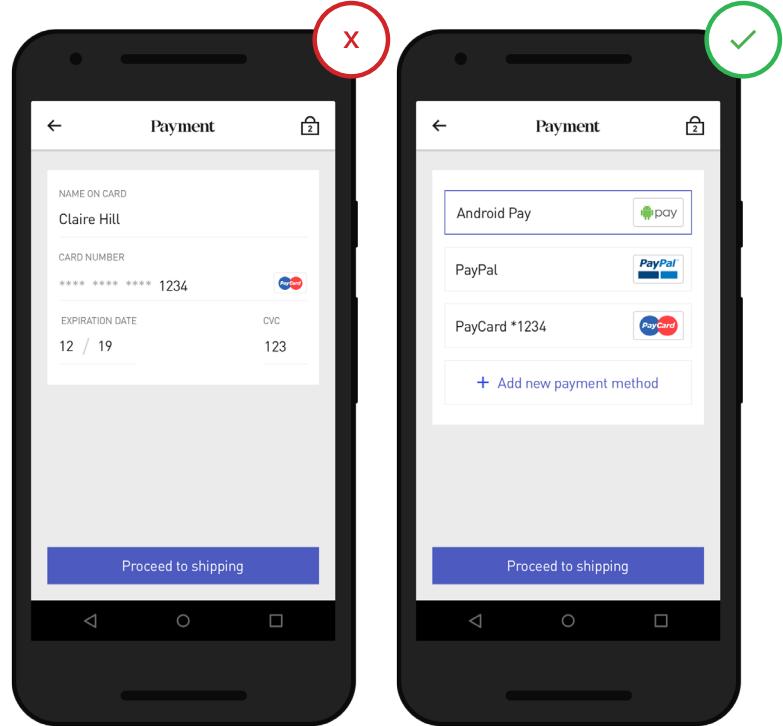


✗ Los usuarios tienen que recordar los artículos que desean comparar.

✓ Los usuarios pueden comparar casas directamente gracias a una herramienta de comparación.

## 12 Proporciona varias opciones de pago de terceros

Los usuarios esperan que se les ofrezcan varias opciones de sistemas de pago de terceros. Las aplicaciones que proporcionan dichas opciones de pago, como PayPal, Apple Pay y Android Pay, evitan que los usuarios tengan que molestarse en completar más formularios durante el proceso de formalización de la compra y pueden darles una mayor sensación de seguridad.

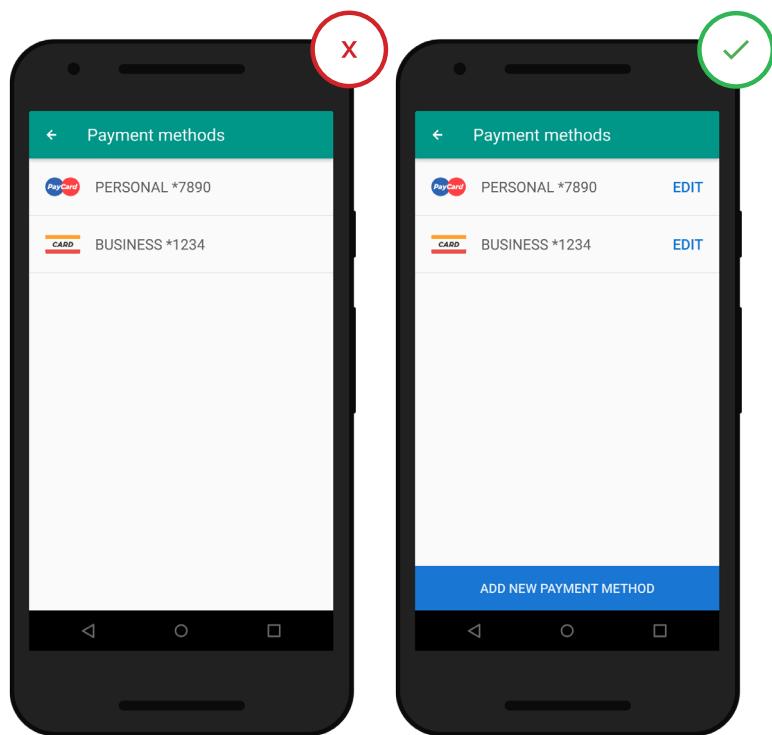


✗ Los usuarios disponen únicamente de una opción de pago.

✓ Se ofrecen varias formas de pago que permiten al usuario tener el control y realizar su elección.

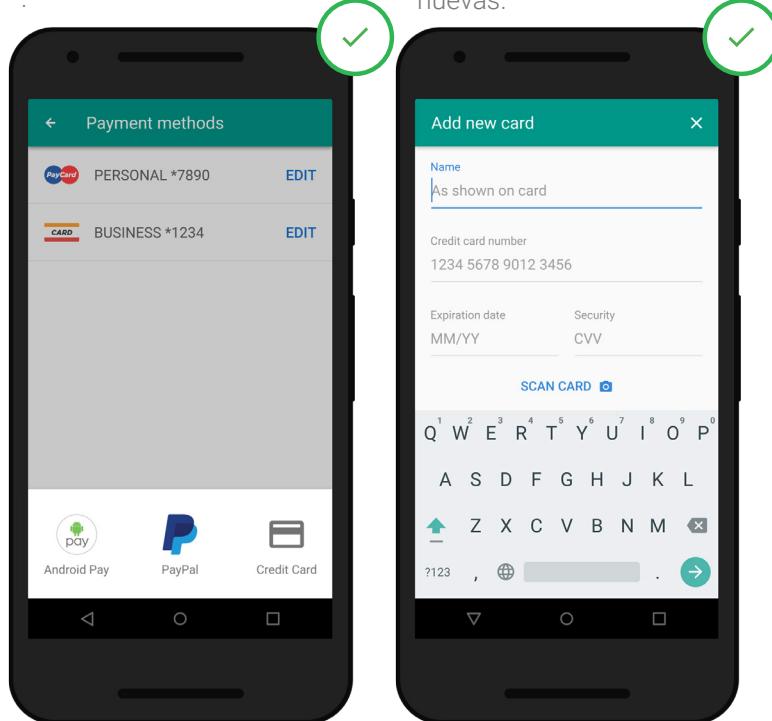
## 13 Haz que resulte fácil añadir y gestionar formas de pago

Simplifica el almacenamiento de pagos y reduce el número de pasos necesarios para satisfacer a los usuarios. Crea una página de introducción de datos de tarjeta de crédito sencilla con distintas opciones como teclado numérico y escaneo de tarjetas de crédito. Asegúrate de incluir la posibilidad de añadir varias tarjetas y una función para alternar entre las mismas.



✗ No es posible realizar cambios en las formas de pago ni añadir nuevas

✓ Los usuarios pueden realizar cambios en las formas de pago almacenadas y añadir nuevas.



✓ Los usuarios pueden realizar cambios en las formas de pago almacenadas y añadir nuevas.

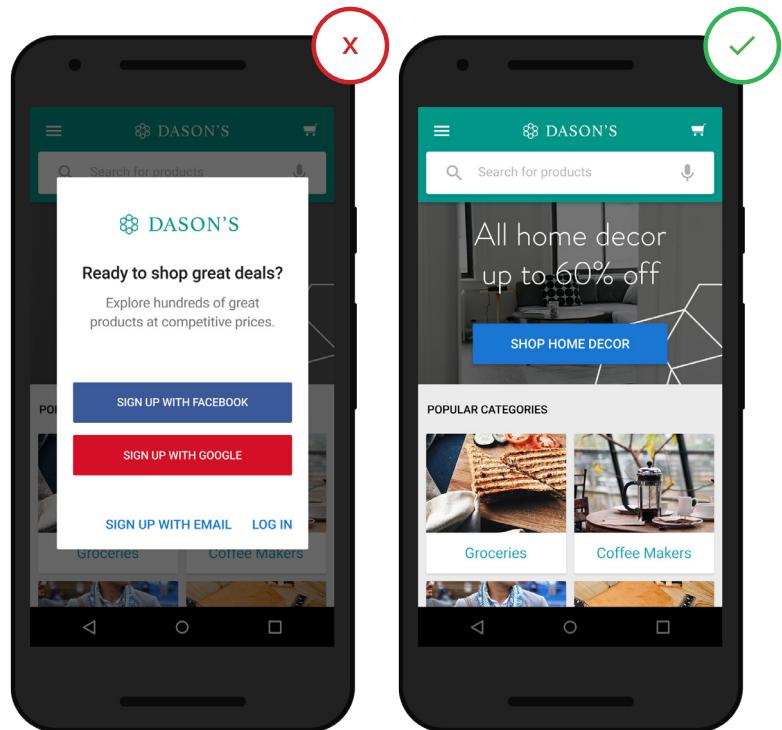


## Capítulo 4: Registro

El registro es una manera de conectar con el usuario, acelerar futuras oportunidades de conversión y enriquecer la continuidad de la relación. Sin embargo, a menudo puede suponer un obstáculo y dificultar las conversiones. A continuación, te mostramos cómo desarrollar un proceso de registro que conducirá a los usuarios a donde desean con mayor rapidez.

### 14 Ofrece algo útil antes de pedir a los usuarios que se registren

A menudo, los usuarios abandonan una aplicación que les pide información personal de inicio, a menos que haya algún tipo de recompensa inmediata (por ejemplo, pedir un servicio de transporte en coche o comida a domicilio). En especial, las aplicaciones con poco reconocimiento de marca (o cuya propuesta de valor es poco clara) tienen más dificultades para conseguir que los usuarios se registren al principio de la experiencia. Pide a los usuarios que se registren solo si es imprescindible. Una forma habitual de aplicar este consejo es ofrecer la opción de formalizar la compra como invitado en el momento de la conversión.

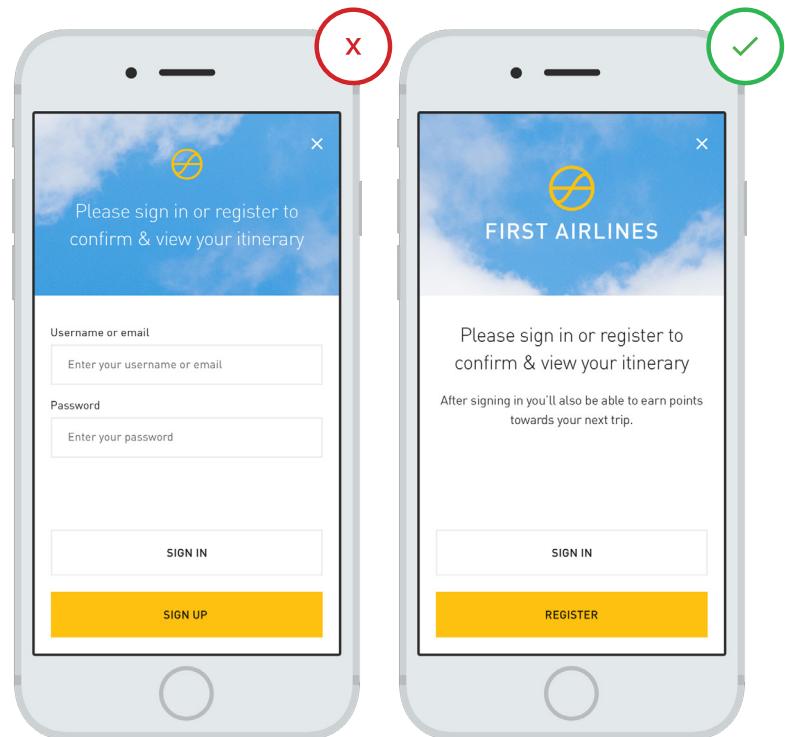


✗ La obligación de registrarse de inicio supone un gran obstáculo de uso.

✓ De inicio se ofrece una experiencia atractiva sin forzar al usuario a introducir información personal.

## 15 Distingue entre “iniciar sesión” y “registrarse”

Muchos usuarios terminan realizando una acción equivocada al intentar registrarse para obtener una cuenta y tocar el botón “iniciar sesión”, lo que les pide una contraseña. Esto se debe a menudo a que los usuarios examinan la pantalla rápidamente y suponen que la primera llamada a la acción que les atrae es la correcta. Diseña botones para “iniciar sesión” y “Registrarse” bien diferenciados entre sí para que los usuarios puedan llegar a donde quieren con rapidez.



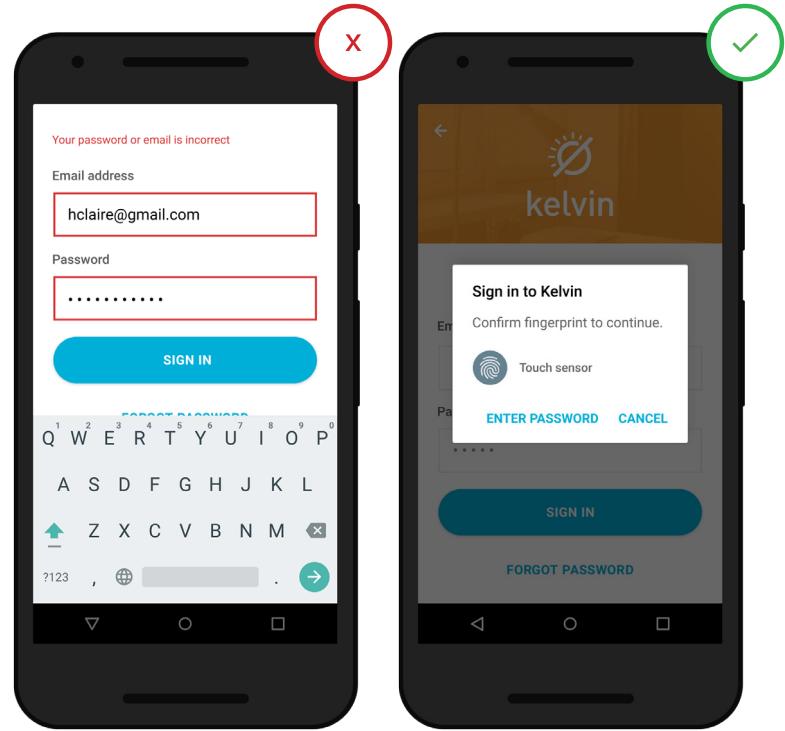
**X** La escasa diferencia entre las llamadas a la acción puede provocar errores.

**✓** La interfaz es sencilla y las llamadas a la acción están bien diferenciadas.

16

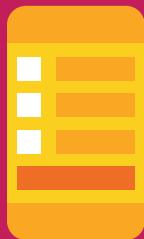
## Haz que la autenticación mediante contraseña sea una experiencia fluida

A los usuarios les resulta molesto tener que realizar una tarea de varios pasos para configurar o restablecer una contraseña. Simplifica la experiencia de autenticación para reducir el riesgo de abandono. Minimiza el número de pasos necesarios o usa métodos de autenticación distintos, como el inicio de sesión de terceros o mediante huella digital.



**X** La autenticación basada en texto es una causa habitual de errores.

**✓** Una autenticación eficaz, como iniciar sesión mediante huella digital, permite una experiencia fluida.



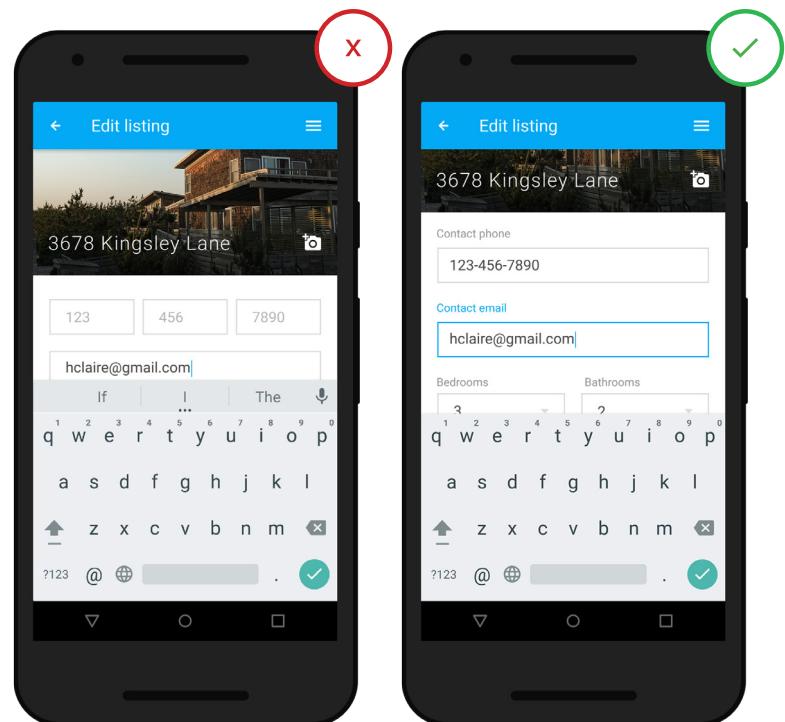
# Capítulo 5:

# Formulario

Los formularios representan los momentos más críticos. Ten en cuenta estos principios para crear formularios rápidos y fáciles de completar.

## 17 Crea formularios que resulten sencillos para los usuarios

Los formularios deben adaptarse a la forma de introducir información de los usuarios. Diseña pantallas que puedan interpretar distintos métodos de introducción de datos en lugar de obligar al usuario a adaptarse a las limitaciones de la aplicación. También debes asegurarte de que los elementos de la interfaz, como el teclado, no oculten los campos. Cada vez que el usuario complete un campo del formulario, haz que aparezca automáticamente el siguiente en pantalla. También es buena idea incluir funciones como el relleno automático, el uso automático de mayúsculas y el escaneado de tarjetas de crédito.

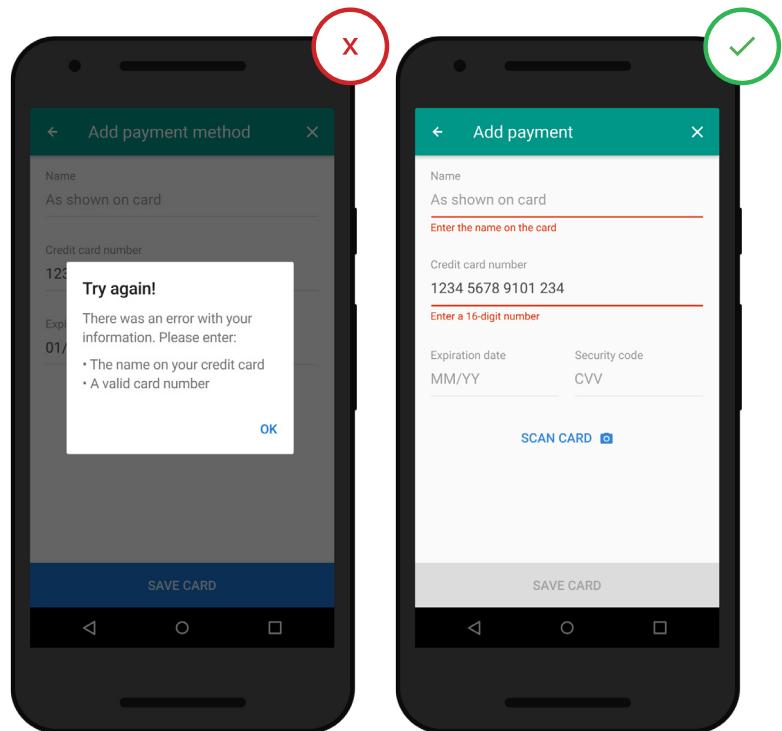


✗ El formato para la introducción de datos es prescriptivo (p. ej., tres campos para el número de teléfono) y los campos siguientes del formulario se ocultan tras el teclado.

✓ Los campos del formulario ofrecen flexibilidad en el formato de la información y el formulario avanza a medida que se cumplimenta.

## 18 Comunica los errores del formulario en tiempo real

A los usuarios no les gusta descubrir en el momento del envío del formulario, después de todo el proceso de introducción de datos, que han cometido un error. Proporciona la información sobre los errores en tiempo real para reducir esta molestia e informa en todo momento al usuario cuando este cumplimente o valide correctamente cada elemento del formulario. Prueba la experiencia para asegurarte de que el proceso es fluido y que no se interrumpe.



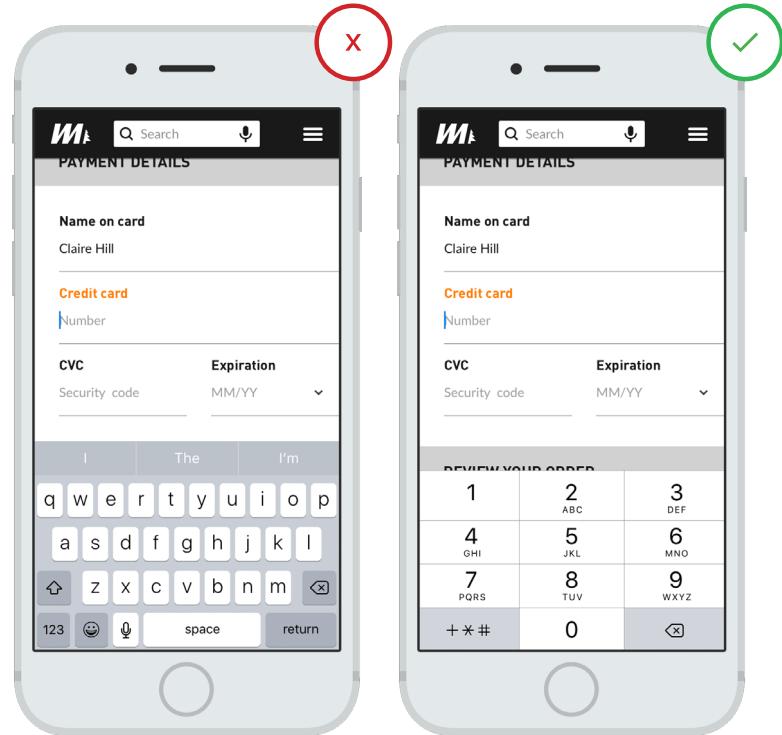
**X** El formulario solo se valida tras enviarse, el mensaje de error no aparece en el momento oportuno y no se ofrecen recomendaciones para corregir el problema.

**✓** Se ofrecen mensajes de error en tiempo real en el momento oportuno tras la introducción de datos, lo que permite corregir los posibles problemas.

19

## Proporciona un teclado adecuado para el texto que debe introducirse

Los usuarios aprecian las aplicaciones que proporcionan un teclado adecuado para la introducción de texto. Asegúrate de que esto se implementa de la misma manera en todas las partes de la aplicación y no solo para determinadas tareas.

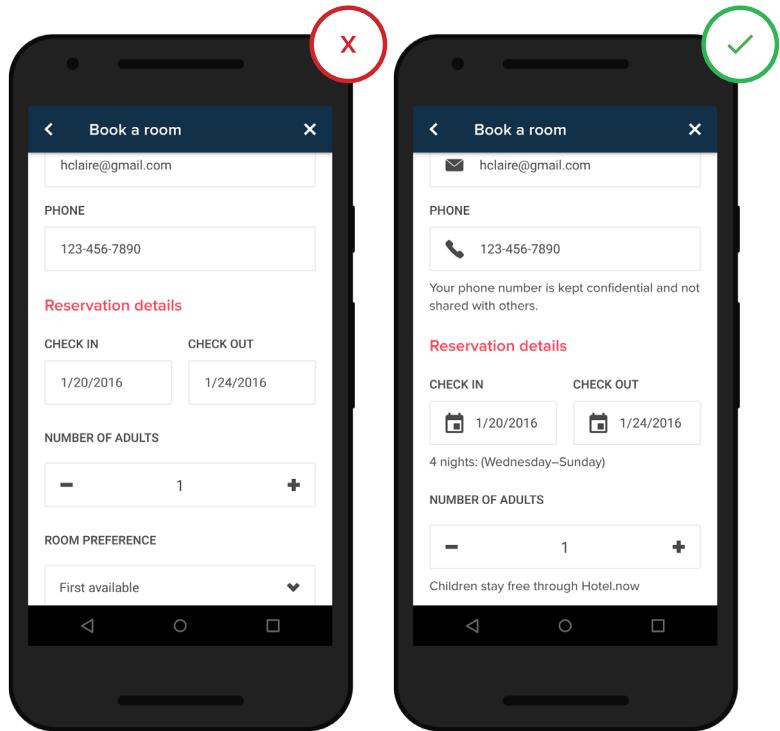


**X** El usuario tiene que tocar la tecla de número en su teclado para permitir la introducción de números.

**✓** Se proporciona automáticamente un teclado numérico adecuado para los campos en los que se debe introducir números.

## 20 Proporciona información útil y oportuna en los formularios

Pon a disposición de los usuarios información de contexto pertinente para ayudarles a desplazarse fácilmente por el formulario. Por ejemplo, al programar fechas, los usuarios aprecian tener en contexto un calendario mensual para identificar los días de la semana, y así no tener que salir de la aplicación para consultar el calendario del smartphone. Además, esto reduce el riesgo de que el usuario se distraiga con otra tarea.



**X** Los usuarios no disponen de funciones apropiadas para introducir datos o texto de ayuda para completar el formulario.

**✓** Cuenta con funcionalidades útiles, como un widget de calendario, para introducir los datos, así como una breve explicación.



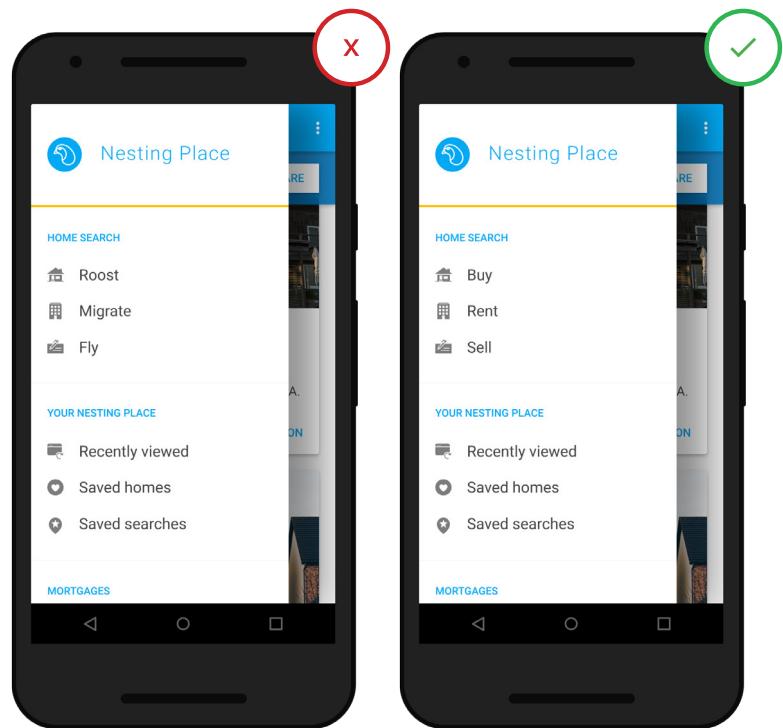
## Capítulo 6: Facilidad de uso y comprensión

Un diseño específico que cubra la amplitud de la aplicación puede ser esencial para ofrecer una buena experiencia de usuario.

Ten en cuenta estos principios para diseñar una aplicación que satisfaga las necesidades de los usuarios.

### 21 Usa el mismo lenguaje que los usuarios

Las palabras o expresiones desconocidas dificultan la comprensión por parte del usuario. Si las llamadas a la acción se etiquetan con términos específicos de la marca, estas podrían confundir al usuario. La claridad de funciones y contenidos debe prevalecer sobre la promoción del mensaje de la marca.



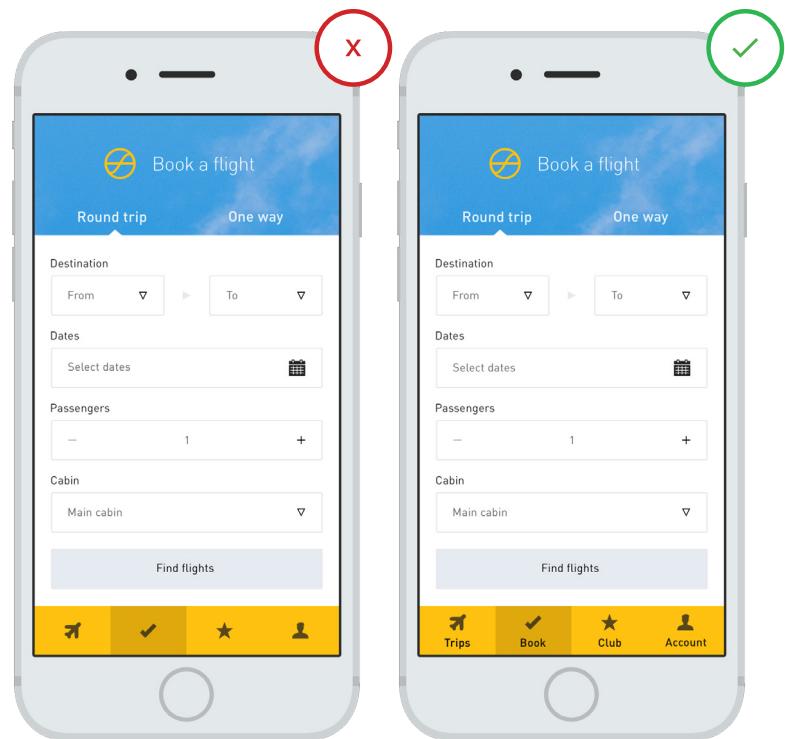
**X** La terminología poco convencional (p. ej., "Posarse", "Migrar" o "Volar") puede confundir a los usuarios, lo que dificulta conocer y comprender la aplicación.

**✓** La terminología (p. ej., "Comprar", "Alquilar" o "Vender") es clara y no contiene jerga innecesaria o extravagante para así evitar confusiones.

22

## Incluye etiquetas de texto y leyendas de imagen para aclarar la información visual

Las imágenes y los iconos necesitan etiquetas de texto para una interpretación correcta y congruente. En nuestra investigación, descubrimos que los iconos para menú, carrito, cuenta o localizador de tiendas, así como para filtrar u ordenar, no son universales y no se entiende bien en todas las aplicaciones. Los iconos que se etiquetan tienen muchas más probabilidades de ser utilizados. Además, las aplicaciones que proporcionan categorizaciones visuales sin una leyenda requieren que los usuarios tengan que adivinar lo que representan. Asegúrate de incluir una leyenda para evitar que los usuarios se confundan y permitir que puedan seguir con su tarea.

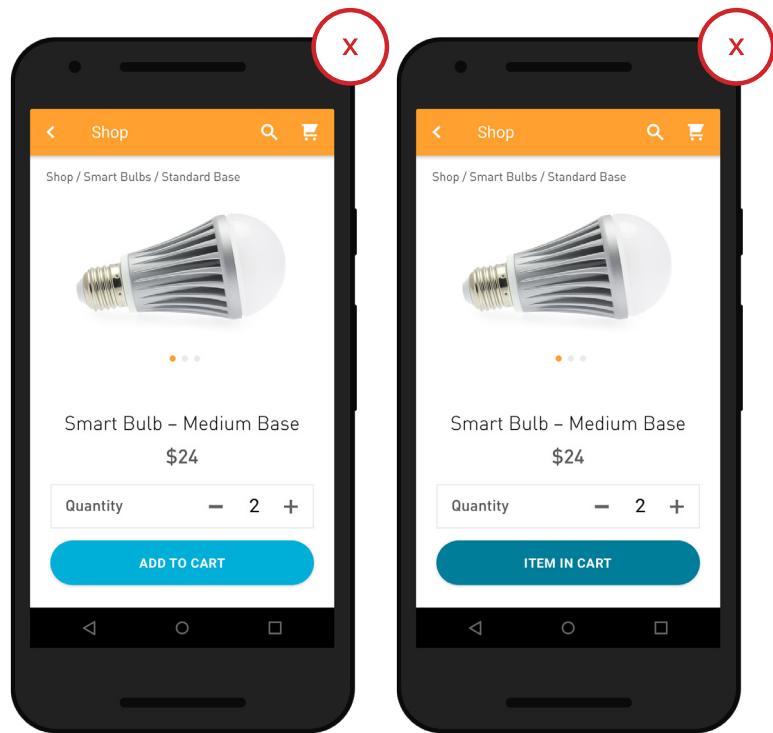


✗ Los iconos sin etiquetar se malinterpretan a menudo y causan confusión.

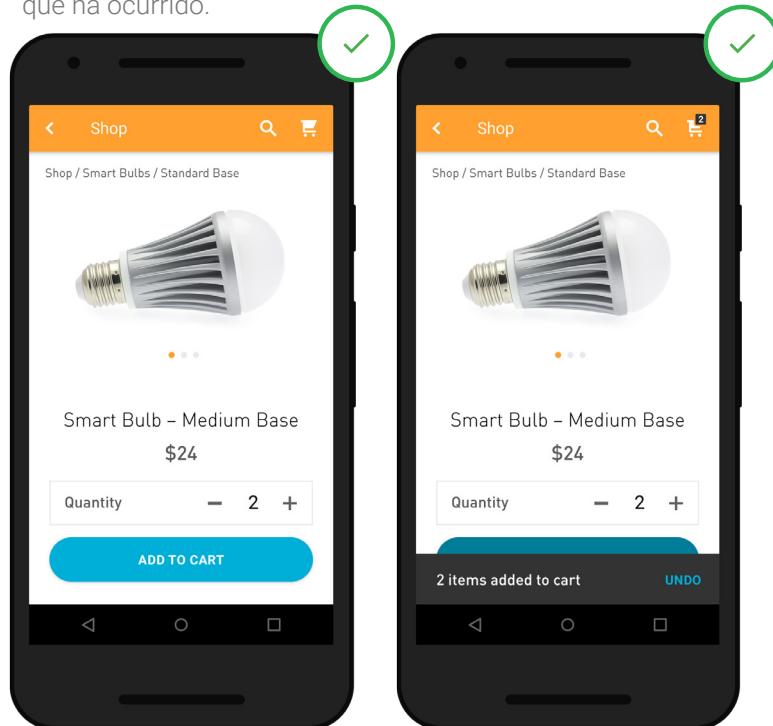
✓ Los iconos etiquetados garantizan que el significado se transmita con facilidad y se entienda siempre.

## 23 Tras cada acción significativa del usuario, muestra una confirmación visual

Si los usuarios añaden un artículo a la cesta o envían un pedido y no ven una confirmación de la acción, puede que se pregunten si esta se ha procesado. Las aplicaciones que incluyen una animación visual u otro tipo de imagen evitan estas conjeturas del usuario.



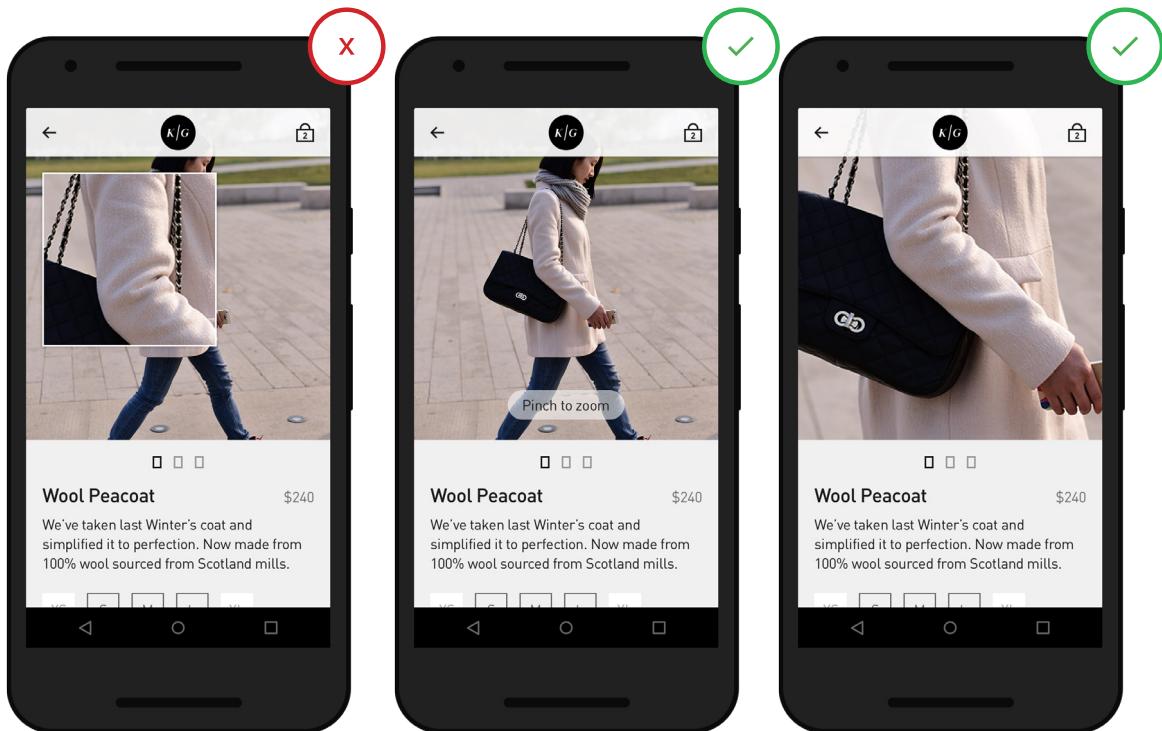
**X** Si no aparece ninguna confirmación visual tras una acción, como añadir un artículo a la cesta, los usuarios se preguntarán qué ha ocurrido.



**✓** Una confirmación visual clara, en esta imagen en forma de notificación, ofrece al usuario la seguridad de que la acción se ha realizado.

## 24 Permite que el usuario controle el zoom

Los usuarios quieren controlar el nivel de zoom cuando ven una imagen. Pueden llegar a sentirse frustrados si las aplicaciones amplían la imagen siguiendo un criterio predeterminado. Esto ocurre sobre todo cuando la imagen ampliada obliga al usuario a ver una parte concreta del artículo o no cabe en la pantalla. Cede el control del zoom a los usuarios y permíteles ampliar la imagen según sus preferencias.

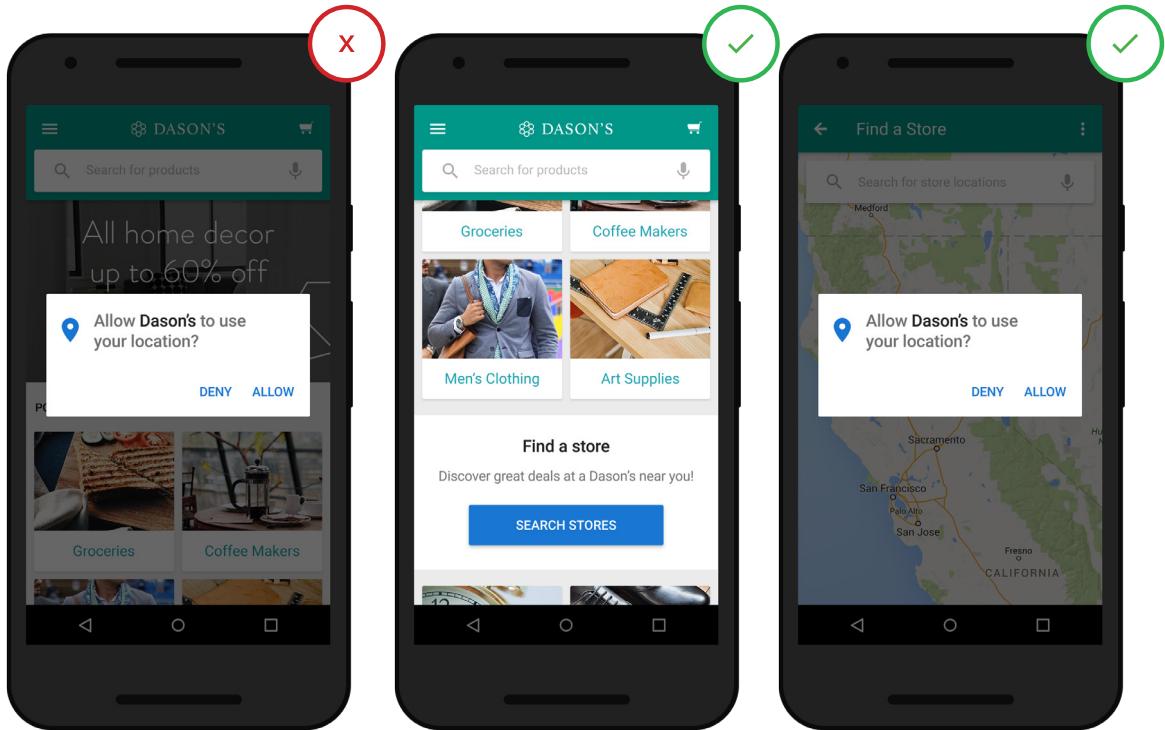


**X** El zoom está restringido a un determinado lugar y nivel, lo que genera frustración.

✓ El usuario controla la profundidad y el área del zoom.

## 25 Pide permisos en el momento oportuno

Los usuarios pueden quedarse bloqueados en una tarea si rechazan conceder permisos imprescindibles para que la aplicación funcione correctamente. Para evitarlo, las aplicaciones deberían solicitar permisos en el momento oportuno e informar del valor de lo que piden. Es más probable que los usuarios concedan permiso si se les pregunta durante una tarea pertinente.



✗ Se pide al usuario que conceda permisos de ubicación en un momento no pertinente en relación con el contexto o la tarea en curso.

✓ Se pide al usuario que conceda permisos de ubicación en un momento pertinente en relación con la tarea, tras realizar una solicitud para buscar ubicaciones de tiendas.



# Recursos para actuar

Tras analizar los 25 principios para el diseño de aplicaciones móviles, puedes echar un vistazo a algunos recursos que te serán de utilidad para que tu aplicación crezca y los usuarios regresen.

Estos 25 principios para el diseño de aplicaciones móviles aportan nuevas ideas para optimizar la experiencia del usuario mediante una navegación y exploración optimizada, un sistema de búsqueda dentro de la aplicación, un diseño a medida para el comercio y las conversiones, el registro, los formularios y la facilidad de uso. Te recomendamos que compares tu experiencia en la aplicación actual con cada uno de los principios de esta guía y que realices las mejoras más necesarias para solventar las deficiencias.

Cuando el diseño de tu aplicación alcance el objetivo de ofrecer una excelente experiencia de usuario, podrás abordar el marketing. Tu campaña de marketing debe coincidir con el ciclo de vida de tu aplicación, y no solo tratar de captar usuarios nuevos. Lo mejor es que incrementes la base de usuarios activos de la aplicación asegurándote de que los usuarios siguen interactuando con la aplicación e invitan a otros a compartir la experiencia.

## Estrategias para que una aplicación triunfe

Estos recursos te ayudarán con tu estrategia para lograr el éxito durante todo el ciclo de vida de tu aplicación:

1. Lleva a cabo una estrategia de incremento de las instalaciones para impulsar la adquisición y el descubrimiento de tu aplicación. Infórmate sobre el crecimiento con Google en la [Guía para impulsar las descargas de las aplicaciones para móviles](#).
2. Usa [mensajes](#) sencillos y fiables para aumentar el número de usuarios, interactuar con ellos y darles la bienvenida, tanto si usan Android, iOS o Chrome.
3. No olvides elaborar una estrategia de compromiso para que los usuarios actuales sigan regresando. Puedes atraer a los usuarios con herramientas específicas como [enlaces profundos](#) y campañas publicitarias en la [interacción con la aplicación móvil](#).
4. Incrementa aún más tu base de usuarios apoyando a los usuarios con [Google App Invites](#).



# Lista de principios para el diseño de aplicaciones móviles



## Navegación y exploración en la aplicación

- Muestra el valor de la aplicación de inicio
- Organiza y etiqueta las categorías del menú para que sea fácil de usar
- Permite a los usuarios “volver” con facilidad en un solo paso
- Haz que resulte sencillo cambiar la ubicación de forma manual
- Crea transiciones sin obstáculos entre las aplicaciones móviles y la web móvil



## Búsquedas en la aplicación

- Destaca el campo de búsqueda
- Utiliza una indexación de búsqueda eficaz
- Incluye opciones para filtrar y ordenar



## Comercio y conversiones

- Proporciona información sobre búsquedas y compras anteriores
- Permite ver y filtrar las reseñas de los usuarios
- Habilita las funciones de comparación de compras
- Proporciona varias opciones de pago de terceros
- Haz que resulte fácil añadir y gestionar formas de pago



## Registro

- Ofrece algo útil antes de pedir a los usuarios que se registren
- Distingue entre “iniciar sesión” y “registrarse”
- Haz que la autenticación mediante contraseña sea una experiencia fluida



## Formulario

- Crea formularios que resulten sencillos para los usuarios
- Comunica los errores del formulario en tiempo real
- Proporciona un teclado adecuado para el texto que debe introducirse
- Proporciona información útil y oportuna en los formularios



## Facilidad de uso y comprensión

- Usa el mismo lenguaje que los usuarios
- Incluye etiquetas de texto y leyendas de imagen para aclarar la información visual
- Tras cada acción significativa del usuario, muestra una confirmación visual
- Permite que el usuario controle el zoom
- Pide permisos en el momento oportuno