

M14. Desenvolupament d'aplicacions en entorns mòbils

UF1 - Disseny i comercialització d'aplicacions mòbils

UF2 - Programació d'aplicacions mòbils

Jordi Yang - Biel Serrano

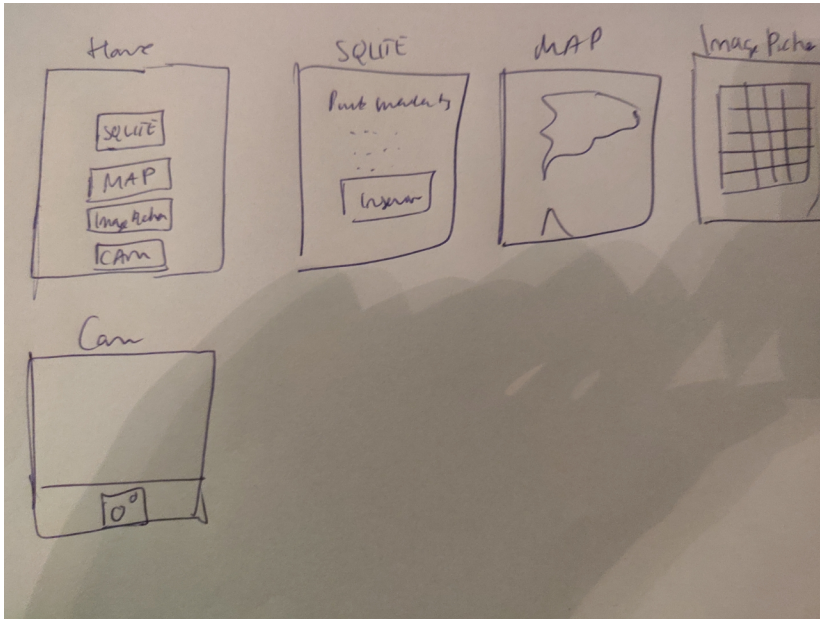
2020

DAW2

Sergi Grau - Jordi Moya

Implementació de les funcionalitats:

Disseny de les funcionalitats En aquesta fase concretarem les nostres idees. Esbossarem una interfície de l'aplicació en paper, concretant les idees que tinguem. Aquest esbós serà molt útil en el moment de donar-li forma al nostre projecte durant les successives fases.



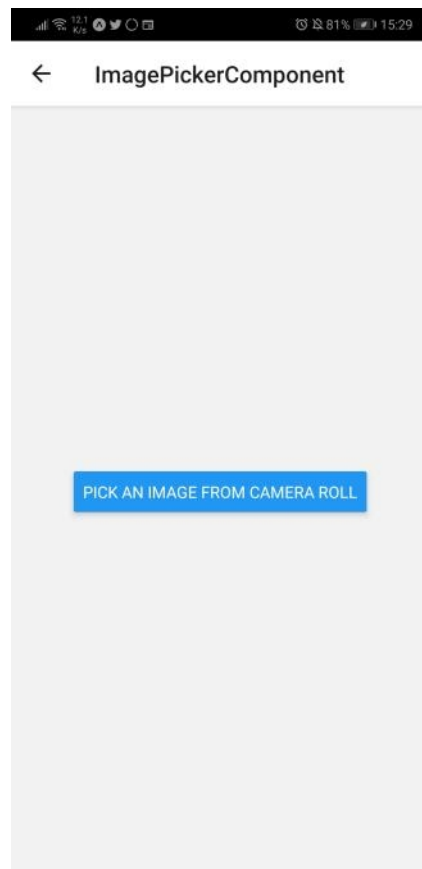
Usabilitat i disseny:

- Principis de l'experiència de l'usuari
 - Simplicitat
 - Consistència
 - Navegació intuïtiva
- Interacció
 - Navegació (pestanyes llistes, galeries d'imatges, menús, retorn, ...)
 - Accions
 - Quadres de diàleg
 - Notificacions
 - Entrada de dades
 - Gestos (tocar, arrossegar, lliscar, pulsació, doble toc, ajuntar/separar, girar, ...) als diferents SO

Les noves tendències en l'estil es podrien resumir en:

- Dissenys conceptuals
- Estils simples i lleugers
- Ús de tipus de lletres senzilles que facilitin la lectura

- Ús d'icones planes sense efectes tridimensionals



Finançament I monetització

- Principals mètodes de monetització d'apps
 - Compra de l'app
 - Publicitat
 - Compres a l'app
 - Vendes de productes o serveis relacionats
 - Subscripció a un servei relacionat amb l'app
 - Millora de l'imatge de marca
 - Venda de dades

Per a la nostra aplicació hem tingut en compte els següents apartats:

Estudiar els mètodes de monetització més comuns de cada país. A l'hora de llançar la nostra aplicació, hem de tenir en compte que els hi ha mètodes de monetització que funcionen millor a cada país.

Oferir un contingut de qualitat.

Determinar un públic objectiu.

La plataforma també compta. En funció de la plataforma on anem a llançar la nostra aplicació mòbil, hem d'analitzar quin tipus de monetització s'adapta millor.

Conclusió:

Nosaltres hem pensat en posar-hi un petit apartat de publicitat que no sigui molt molest ja que sino això faria que els usuaris es sentissin molestos I no volguessin utilitzar mes la app.

ASO i promoció de la app:

ASO (App Store Optimization) és el procés d'optimització de les aplicacions mòbils que permet que apareguin en els resultats de cerca d'una botiga d'aplicacions. Com millor sigui el posicionament ASO d'una aplicació, més visible serà per als clients potencials i, per tant, més descàrregues es produiran en App Store.

Per començar la teva estratègia de posicionament ASO hauràs d'elaborar un pla complet amb els factors principals i secundaris que afectaran l'optimització del teu App. El funcionament d'aquests factors depenen de la botiga en què es trobi la teva aplicació: Google Play (Android) o App Store (Apple).

Optimització On-Page:

Títol de l'App: Aquesta és la base de qualsevol optimització, sense importar el suport i de l'objectiu, el títol serà determinant. Igual que fas amb el títol d'una web.

Descripció de l'App: Molt similar també a la "meta descripció" d'un bloc o un web. Claredat i eficàcia per explicar què és la teva aplicació, què fa, i quins són els seus beneficis.

Keywords: Són les paraules que faran que apareguis en els resultats.

Icona de l'App: Ha d'explicar de forma clara i, sobretot, creativa teva aplicació.

Tipus d'App: En el cas de Google Play només hi ha dues opcions: Aplicacions i Jocs.

Captures de pantalla: La majoria de les decisions que es prenen en una botiga són gràcies a les sensacions visuals.

Categoria: Defineix correctament el teu producte per a una categoria específica.

Demostració de App a YouTube: Et permet pujar un vídeo a YouTube sobre el funcionament de la teva aplicació.

Optimització Off-Page:

Valoracions i vots en l'aplicació: Es tracta d'un factor molt important per al ASO a Google Play, i sobretot, per a la conversió de la teva App.

Comentaris dels usuaris: A l'igual que els vots dels usuaris, els comentaris seran molt importants per al posicionament i la conversió de la teva App.

Nombre de descàrregues: Com més gent s'instal·li la teva aplicació més visibilitat guanyaràs a Google Play.

Linkbuilding: Com més enllaços tinguis des de llocs web interessants i populars, més ajuda et proporcionarà Google per estar en els primers llocs.