

laat mobiele **websites en apps** voor u werken

paper 8

multimove webworks

juni 2012

www.multimove.nl





Mobiele website of app?

Bedenk wat u uw websitebezoeker wilt bieden en maak dan een keuze. Deze Paper helpt u op weg!

introductie



Uw eigen Pop-store!

Een mobiele website of een app?
Door de forse toename van mobiel gebruik komt u vroeg of laat voor deze keuze te staan. In deze Paper worden de verschillen en de voor- en nadelen uitgelegd, zodat u deze keuze gemakkelijker kunt maken.
De toename van mobiel gebruik zorgt ook voor toename van Location Based Marketing (LBM). Welke redenen zijn er om LBM in te zetten? En waar moet u aan denken bij het inzetten van LBM? U leest het in deze Paper!
We wensen u veel leesplezier!

Sonja van Breen en Erik Koorman

volg ons!

twitter.com/sonjavanbreen
twitter.com/erikkoorman

Inhoud van de Paper

App of mobiele website	4
Location based markteting inzetten	6
Praktijkvoorbeelden	8
Zelf aan de slag	11



Zijn uw doelen meetbaar?

Campagnes starten precies waar uw doelgroep is



app of mobiele website?

Mobiel internet is groter dan ooit. De keuze tussen een mobiele website of een app (applicatie) komt dan ook vaak ter sprake. Voor veel mensen is het verschil tussen een mobiele website en een app niet altijd even duidelijk. Beide media bieden een functionaliteit op een mobiel apparaat. Maar wanneer kiest u nou voor een mobiele website en wanneer voor een app?

Mobiele website

Een mobiele website is eigenlijk niets anders dan een gewone website. Het enige verschil is dat de mobiele variant is geoptimaliseerd voor het gebruik op een klein scherm en functionaliteiten biedt die passen bij mobiel gebruik.

Voordelen van een mobiele website ten opzichte van een app:

• **Bereik:** een mobiele website is te benaderen via alle smartphones en heeft dus een groter bereik dan een app.





• **Ontwikkel- en onderhoudskosten:** een mobiele website is niet afhankelijk van een platform en dus hoef je de mobiele website maar één keer te ontwikkelen.

• **Goedkoper:** het ontwikkelen van een mobiele website is goedkoper dan het ontwikkelen van een app. Tevens moet er voor een app vaak een deel van de omzet worden afgedragen aan de eigenaar van de online app winkel. Bij een mobiele website is hier geen sprake van.

• **Zoekmachines:** mobiele websites worden net als gewone websites geïndexeerd door zoekmachines. Indexatie van apps door zoekmachines is niet mogelijk.

Een nadeel van een mobiele website is dat de meeste functionaliteiten van de smartphone, zoals de camera, adresboek of agenda, niet gebruikt kunnen worden door de mobiele website. En juist die functionaliteiten bieden vaak de toegevoegde waarde. Een app kan dit wel, omdat dat software is die op de telefoon geïnstalleerd wordt en daarom

toegang heeft tot de functionaliteiten van de telefoon.

App

Een app is software die de gebruiker kan downloaden en op zijn smartphone moet installeren voordat het gebruikt kan worden. Voor Android telefoons kan dat bijvoorbeeld via Google Play, voor de iPhone kan dat via de App Store en voor Nokia telefoons kan dat via de Ovi Store. De software is speciaal voor het mobiele platform van de smartphone ontwikkeld.

Voordelen van een app ten opzichte van een mobiele website:

• **Functionaliteiten:** de app kan gebruik maken van de functionaliteiten die de smartphone aan boord heeft. Bijvoorbeeld de camera om QR codes te scannen of het adresboek om contactgegevens te gebruiken.

• **Snelheid:** ondanks dat een mobiele website meestal minder grafische elementen bevat dan een gewone website, is een app nóg sneller. Alle grafische elementen van een app worden bij het downloaden van de app geïnstalleerd. Alleen (nieuwe) content moet worden ingeladen.



• **Offline gebruik:** een app kan offline worden gebruikt.

• **Gebruikservaring:** een app is niet afhankelijk van de techniek op het web. Daardoor is het mogelijk om een betere gebruikservaring te creëren ten opzichte van een mobiele website.

Een groot nadeel van apps is de hoeveelheid platformen waar uit gekozen kan worden. Voordat er met de app begonnen wordt, moet worden gekozen voor welk mobiel platform u deze wilt ontwikkelen. Wanneer men voor meerdere platformen kiest, brengt dit automatisch ook meer kosten met zich mee.

Hoe een keuze maken?

Bedenk van tevoren goed op welke manier u uw doelgroep wilt bereiken. Onderzoek, of laat onderzoeken, van welke mobiele platforms uw doelgroep gebruik maakt. Via Google Analytics is goed te zien van welk platform de bezoekers van uw website gebruik maken.
Bedenk vervolgens goed wat u de bezoeker wilt bieden. Wanneer het voornamelijk gaat om content, dan is een mobiele website wellicht voldoende. Maar wanneer de bezoeker ook gebruik moet kunnen maken van functionaliteiten van de smartphone en de gebruikservaring belangrijk is, kies dan voor een app.
De verwachting is dat mobiele websites in de toekomst ook gebruik kunnen maken van de functionaliteiten van smartphones. Zo kan de GPS-functie momenteel al gebruikt worden door mobiele websites, maar voorlopig blijft het daar bij.

location based marketing inzetten

Even snel je mail checken. Even je Facebook bekijken. Veel Nederlanders beginnen er hun dag mee. Ook tijdens de pauze, het forensen en in de supermarkt lijkt de smartphone met onze handen vergroeid te zijn. We zijn altijd, en vooral overal, online. Dat verandert marketing enorm. De laatste jaren zien we een opkomst van locatiemarketing, ook wel Location Based Marketing genoemd. Dit zijn acties en campagnes die zijn gebonden aan een bepaalde locatie.
U kunt hierbij denken aan acties die via bekende apps als Foursquare of Facebook verlopen. Als u bij deze apps incheckt op een bepaalde locatie, krijgt u bijvoorbeeld korting. Ook zijn er andere acties te bedenken, zoals popup stores.
In dit artikel leggen we uit hoe u kunt inspelen op het toegenomen mobiele gebruik.

Augmented reality

Door middel van zogenaamde augmented reality (toegevoegde realiteit) kunt u op uw telefoon bepaalde informatie over een plek verkrijgen.





Dit werkt als volgt: u start uw app, de camera wordt gestart, u kijkt door de camera en informatie wordt over het beeld geprojecteerd.
Dit is bijvoorbeeld reuzehandig om uw weg te vinden met geprojecteerde wegbewijzering. In een pretpark zou u bijvoorbeeld uw telefoon op de ingang kunnen richten, waarbij u dan de wachttijden ziet.

Waarom Location Based Marketing (LBM)?

Er zijn een aantal redenen om LBM in te zetten:

1. Het is goedkoop

2. Het heeft een grote mond-tot-mond-reclame potentie

3. Het wordt positief ontvangen, in tegenstelling tot andere vormen van marketing

4. Het zorgt voor interessante data die weer is te gebruiken bij verdere ontwikkeling

5. Een relevant publiek staat voor uw deur

Waar moet u bij LBM aan denken?

1. Zorg dat u goed meet, anders kunt u nooit bijsturen of bepalen of LBM voor u ook echt werkt.

2. Bepaal uw doelen voor u aan een campagne begint. Zo kunt u het succes van uw campagne toetsen en kunt u gerichter (en dus efficiënter en goedkoper) te werk gaan.

3. Zorg ervoor dat mensen uw actie gemakkelijk kunnen delen.

4. Zorg dat u aanwezig bent op de verschillende platformen. Hierbij kunt u denken aan Facebook of Foursquare.

5. Promoot uw actie in het begin via bekende kanalen om hem sneller op weg te helpen. Plaats bijvoorbeeld een bord bij uw ingang of in uw etalage. Bekijk dit artikel eens voor meer ideeën: http://www.multimove.nl/nl/blog/blog/sub,2/blog_id,119

6. Ga geen nepreviews schrijven. Ze zijn te gemakkelijk te identificeren. Zeker als ze te veel verschillen van de ervaring van de lezer.

Toepassing 1: een pop-up store

Een winkel openen, midden op de Dam, was nog nooit zo makkelijk. Begin een popup store. Door augmented reality kunnen mensen met hun telefoon producten kopen, alleen via hun telefoon. Rest u nog om ze te attenderen op de winkel door middel van een ouderwets billboard.





Toepassing 2: laat mensen iets besturen

In Finland hebben ze een kroeg die u met uw telefoon kunt besturen. Het licht kan worden aangepast, de muziek kan worden veranderd en zelfs de stoelhoogte kan worden aangepast. Dit specifieke geval pakt vrij irritant uit voor de bezoekers van de kroeg, maar reken er maar op dat de naamsbekendheid van de kroeg inmiddels, lang na de campagne, tot ver buiten de grenzen van Finland is gestegen.

Toepassing 3: check-ins

U kunt met Facebook inchecken bij een bedrijf, kroeg of plek. Sommige ondernemers (vooral in Amsterdam) springen hier op in door ingecheckte mensen korting te geven op bepaalde producten. Dit genereert mond-tot-mond reclame en blijkt zeer effectief te zijn.

Conclusie

Het is locatie wat de klok slaat. Zowel in zoekmachinemarketing als bij websites zelf. Het mobiele gebruik neemt toe en meer en meer is informatie en voorkeur van uw klanten locatie gebaseerd zijn.

praktijkvoorbeelden



Voorbeelden mobiele websites

Bezoek onderstaande websites met uw smartphone. De browser van uw smartphone zal automatisch naar de mobiele versie van de website gaan.

NU – www.nu.nl
De website van nu.nl, maar dan geoptimaliseerd voor smartphones. De mobiele website biedt toegang tot het laatste nieuws, weer, verkeer, beurskoersen en sportstanden.



Multimove webworks - www.multimove.nl
Onze eigen website. Op de website worden de belangrijkste onderwerpen weergegeven en we hebben ervoor gekozen om het zo eenvoudig mogelijk te maken voor de bezoeker om meteen contact op te nemen.



Voetbal International - www.vi.nl
De mobiele website toont het laatste voetbalnieuws, columns, live standen, statistieken en video's op een overzichtelijke manier voor de kleine schermen van smartphones.

Bol.com – www.bol.com
De mobiele website is speciaal ontwikkeld voor de mobiele shopper en biedt de bezoeker een groot deel van haar assortiment. Gebruiksvriendelijkheid van deze mobiele website is een van de succesfactoren.





Voorbeelden apps

Nu.nl
Ten opzichte van de mobiele website, bevat de app extra functionaliteiten, zoals alerts (push notificaties) bij breaking news. Ook kunt u uw eigen nieuwsvoorkeuren instellen in de app.



Voetbal International
De mobiele website en de app lijken qua vormgeving erg op elkaar. De app heeft meer functionaliteiten dan de mobiele website, zoals de mogelijkheid om push notificaties te krijgen van doelpunten, kaarten en wissels van competities in binnen- en buitenland.





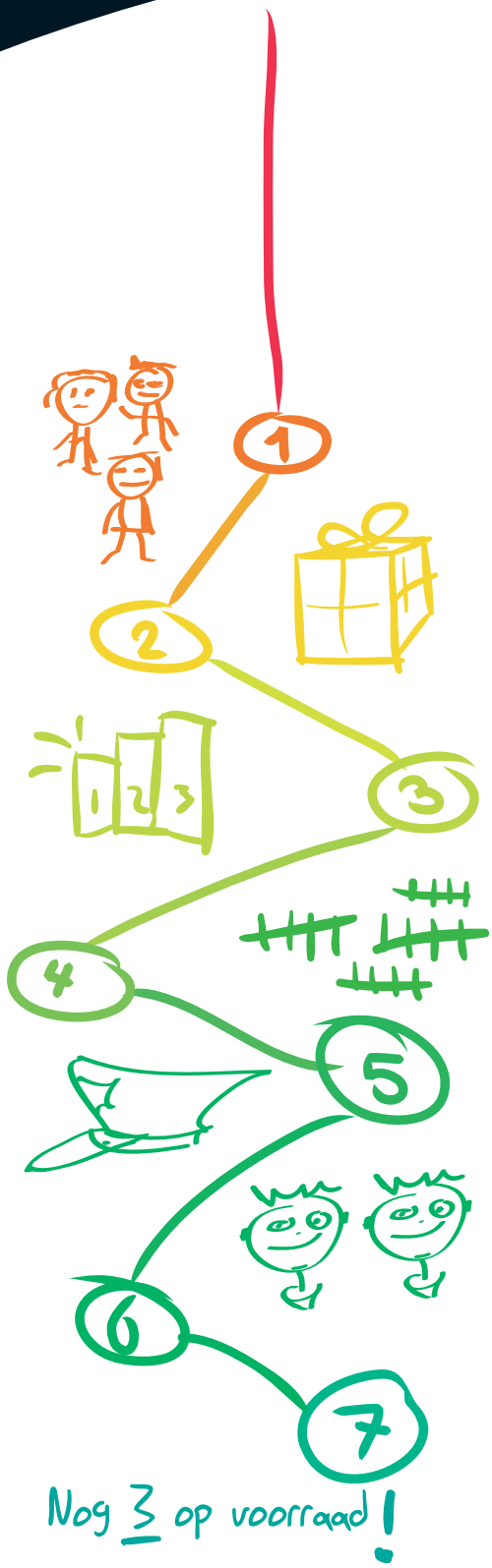
Marktplaats
Met deze app kunnen gebruikers advertenties zoeken op categorie, postcode, afstand en prijs. Tevens bestaat er de mogelijkheid om de locatie van de verkoper te checken in Google Maps.

Starbucks Coffee
De Starbucks app stelt u in staat uw favoriete koffie te kiezen, te bestellen en zelfs te betalen. Vervolgens ontvangt de gebruiker een scanbare QR-code waarmee u de koffie aan de bar kan afhalen.





tips



Zelf aan de slag?

Gebruik dan onze volgende tips:

1. Zorg ervoor dat u weet wat de verschillen zijn tussen een mobiele website en een app

2. Bedenk van tevoren op welke manier u uw doelgroep wilt bereiken. Zorg ervoor dat u weet van welke mobiele platforms uw doelgroep gebruik maakt (bijvoorbeeld via Google Analytics)

3. Bedenk wat u uw bezoeker wilt bieden. Als het voornamelijk gaat om content, is een mobiele website waarschijnlijk de beste keuze. Moet de bezoeker gebruik kunnen maken van de functionaliteiten van de smartphone, kies dan voor een app

4. Bekijk wat de mogelijkheden zijn door verschillende voorbeelden van mobiele websites en apps op te zoeken

5. Wilt u Location Based Marketing (LBM) inzetten? Zorg dan dat u de resultaten meet. Alleen dan kunt u bijsturen en bepalen of LBM iets voor u is

6. Zorg ervoor dat u, bij het inzetten van LBM, aanwezig bent op verschillende platformen. Denk bijvoorbeeld aan Facebook of Foursquare

7. Promoot uw LBM actie in het begin via bekende kanalen om de actie sneller op weg te helpen. Plaats bijvoorbeeld een bord bij uw ingang.

over multimove

Sinds 1998 is Multimove hét fullservice internetbureau voor effectieve en creatieve internetprojecten en internetmarketing. Al ruim 14 jaar is Multimove dus sterk in het realiseren en beheren van digitale communicatietoepassingen.

De Multimove Papers verschijnen 4 keer per jaar en gaan iedere keer over een actueel onderwerp. We willen hiermee onze relaties kennis en tools geven over het optimaal inzetten van internet voor hun organisatie.





Wilt u de Paper 4 maal per jaar gratis en automatisch ontvangen?

Meld u dan aan via onze website:
www.multimove.nl/paper

of stuur een e-mail naar:
paper@multimove.nl

Zo hoeft u nooit een Paper te missen!

Een eerdere Paper inzien? Ga naar onze website of scan met uw mobiele telefoon de QR-code hiernaast.

contact

Multimove webworks
Modem 22C
7741 MJ Coevorden

t 0524 592930
e info@multimove.nl
i www.multimove.nl