**Sekret najlepszych aplikacji mobilnych z sektora commerce**

**Według raportu “e-commerce w Polsce 2021”, przygotowanego przez Senuto, w polskim**

 **Google istnieje 87 489 sklepów internetowych.**

Według raportu “E-commerce w Polsce 2021”, przygotowanego przez Senuto, w polskim Google istnieje 87 489 sklepów internetowych. Użytkownik internetu coraz częściej dokonuje wyboru między używaniem aplikacji a stroną internetową. W 2021 roku eMarketer przewiduje, że dorośli użytkownicy smartfonów będą spędzać około 4 godzin dziennie, korzystając z Internetu mobilnego, a 88% tego czasu poświęcają na korzystanie z aplikacji. Z danych wynika, że tworzy się coraz większa różnica - użytkownicy spędzają coraz więcej czasu, używając właśnie aplikacji. W odpowiedzi na tę tendencję, firmy udoskonalają aplikacje według preferencji grupy odbiorców. Sukcesem podczas wdrażania aplikacji, jest funkcjonalność, która przekłada się na wysokie zadowolenie użytkownika.

Strona internetowa, która nie jest optymalnie przygotowana, powoduje większe koszty związane z marketingiem. Firmy chcą przedstawić swoje produkty jak największej grupie konsumentów. Potencjalny klient porzuca stronę internetową, która nie jest dla niego w pełni użyteczna. Starania marketingowców z założenia powinny prowadzić do tego aby klient wybrał właśnie tę firmę lub dany produkt. Bez dobrze przygotowanej strony internetowej pod kątem mobile, sekcja marketingu może prowadzić “walkę z wiatrakami”.

**Jak uzyskać zadowolenie użytkownika?**

Klient zwraca uwagę na szczegóły, przez co ważne jest aby strona internetowa lub aplikacja były nie tylko funkcjonalne, ale również estetyczne i dopracowane pod kątem UX. Przekonanie klienta do produktu to użycie rich contentu. To dodawanie opisów na kartach produktów przy użyciu infografik, zdjęć czy tabel. Zdarza się również korzystać z interaktywnych elementów oraz materiałów wideo. Wszystko po to przyciągnąć potencjalnych klientów i zadowolić obecnych.

Kolejnym przykładem, który ma wpływ na częstsze korzystanie z aplikacji są powiadomienia push. Często zdarza się, że użytkownik dodając produkty do koszyka, najzwyczajniej o nich zapomni. Powiadomienia push mają tutaj odpowiednie zadanie i mogą “przypomnieć” klientowi o pozostawionych zakupach w koszyku aplikacji. Powiadomienia push wykorzystane są również do informowania o okazjach cenowych lub nowościach produktowych. To kolejny element układanki marketingowej, który ma na celu zwiększyć zainteresowanie użytkownika.

W odpowiedzi na dynamiczny rozwój branży commerce w ostatnich miesiącach, Mobile Trends organizuje konferencję poświęconą tej tematyce. 29 czerwca 2021 eksperci przedstawią nowe możliwości rozwoju i rozbudowy aplikacji, opowiedzą również o tym jak z sukcesem przyciągnąć klienta. W programie przykłady znanych marek takich jak Sephora, 4F, PoloMarket czy eObuwie, które osiągają sukcesy w kanale commerce. Wszystkie informacje o konferencji dostępne są na stronie internetowej [commerce.mobiletrends.pl](https://commerce.mobiletrends.pl/).