Food delivery: gli utenti smettono di usare le app dopo 15 giorni

food-app-dd04e20f

Secondo uno studio condotto dalla piattaforma CleverTap, l'86% degli intervistati smette di usare una food app appena installata dopo due settimane. Il 25% non completa i processi di registrazione e accesso dopo il download.

Secondo lo studio - si legge su StartupItalia - il problema sta nel primo approccio dell'utente con l'app. Devono essere veloci e sintetiche, spiegare tutti i passaggi necessari in pochissime parole. Invece, un utente impiega in media fino a 22 minuti per registrare e sincronizzare la nuova applicazione. E una volta completata l'operazione, non viene percepita l'attesa soddisfazione.

Per fermare la fuga dalle food app, lo studio sottolinea l'importanza di dare valore all'iscrizione e alla ripetizione delle transazioni. Questa missione non si porta a compimento solo con sconti o l'offerta di diverse opzioni di pagamento. A far la differenza sono un'interfaccia utente intuitiva e la possibilità di collegarsi all'app anche attraverso altri software.