Vocabolario del Bar 2.0 Z come Z-apping

appmobile1-bc283ebd

App di ogni tipo si accumulano negli smartphone e tablet dei consumatori, tant'è che si potrebbe parlare di una nuova abitudine con vecchie radici: lo "z-apping", ossia frenetico sintonizzarsi da un applicazione all'altra, versione contemporanea e *mobile* dell'omologa pratica televisiva.

Dati di inizio 2014 relativi all'utilizzo di applicazioni *mobile* negli Stati Uniti delineano un quadro fino a pochi anni fa inimmaginabile: l'americano medio passa più di 30 ore al mese utilizzando in media 27 diverse applicazioni per smartphone e tablet (fonte: Nielsen). Numeri in costante crescita, sicuramente non troppo distanti da quanto sta accadendo oggi in Italia, dove il boom dell'Internet *mobile* è ormai una realtà conclamata: su 22 milioni circa di utenti connessi giornalmente, oltre 17 accedono a Internet via *device* mobili (quasi il 40% della popolazione). Il 67% del tempo totale passato online è generato dalla fruizione di cellulari e tablet, e il 56% esclusivamente dallo "z-apping" (per maggiori info).

appmobile2Ovviamente il mercato si è adeguato in fretta: per il sistema operativo Android sono disponibili oltre 1,4 milioni di applicazioni diverse, per iOS (Apple) circa 1,2 (vedi qui). Da un lato dunque osserviamo consumatori sempre più voraci e onnivori, dall'altro un numero spropositato di app – molte delle quali gratuite e particolarmente aggressive nell'immagazzinare i dati personali di utenti troppo frettolosi nel concedere il consenso informato (si veda questo interessante intervento).

Per quanto riguarda il settore, le implicazioni sono diverse. Chi sta pensando di appoggiarsi o meno a una delle tante applicazioni geolocalizzate pensate per promuovere e cercare ristoranti e locali, valuti bene caso per caso: il mero fatto che un'app esista non vuol dire che sia effettivamente utilizzata, dato il crescente affollamento degli store digitali. Come testimonia la classifica delle 10 applicazioni più scaricate nel 2014 a livello mondiale, a vincere sono quelle capaci di entrare nella quotidianità delle persone: Facebook, Google Search, YouTube, Google Maps e – soprattutto in Italia – sistemi di messaggistica alternativi agli sms come WhatsApp e Facebook Messenger.

Il Vocabolario del Bar 2.0 si chiude qui. Per domande o informazioni, twittate a @massimoairoldi

LE PUNTATE PRECEDENTI di BAR 2.0

A come Autenticità

B come Branding

C come Crowdfunding

D come Digital Marketing

E come E-Commerce

F come Fidelizzazione

G come Geolocalizzazione

H come Hacking

I come Indicizzazione

L come Local

M come Microcredito

N come Nutrizione

O come Oriente

P come Pinterest

Q come Qualità

R come ROI

S come Streaming

T come Tripadvisor

U come Unione Europea

V come Viralità