**Być tam, gdzie klienci: dlaczego firmy powinny inwestować w aplikacje mobilne**

**Smartfon w kieszeni, tablet w plecaku. Coraz więcej z nas posiada urządzenia mobilne, wzrasta też liczba godzin, jakie każdego dnia przeznaczamy na korzystanie z nich. Nowoczesne telefony komórkowe służą nam za źródło informacji i rozrywki, skutecznie wypierając tradycyjne kanały. Transformacja ta w dużej mierze odbywa się za sprawą aplikacji mobilnych, które z roku na rok biją kolejne rekordy popularności. Przedsiębiorcy, początkowo niechętni temu rozwiązaniu, obecnie zgodnie przyznają, że tworzenie dedykowanych platform na urządzenia przenośne to decyzja, która opłaca się wszystkim, niezależnie od branży.**

Dane na skalę globalną są imponujące: jak wynika z analizy przeprowadzonej przez App Annie, tylko w ubiegłym roku użytkownicy smartfonów pobrali około **90 miliardów aplikacji i spędzili na korzystaniu z nich 900 miliardów godzin. To wzrost o kolejno 15% i 17%** w stosunku do roku poprzedniego. Czas ten rozdzielamy przeciętnie na trzydzieści różnych aplikacji miesięcznie, choć w niejednakowym stosunku. Zgodnie z przewidywaniami, najwięcej uwagi poświęcamy aplikacjom społecznościowym: Snapchat, Facebook i Instagram triumfują w rankingach zarówno najchętniej pobieranych, jak i najczęściej używanych programów mobilnych. Równocześnie aplikacje z tej kategorii to zaledwie nieco ponad 2% wszystkich programów dostępnych w Apple App Store. **Najwięcej, bo aż 25%, stanowią gry**, ale już drugie miejsce, z udziałem w wysokości **9.88%, zajmują aplikacje biznesowe**, co przelicza się na ponad **217 tysięcy unikatowych tytułów**. Dane te jednoznacznie wskazują na fakt, iż na chwilę obecną wiele firm dostrzega potencjał w inwestowaniu w dedykowane aplikacje dla swoich usług.

Tak nie zawsze było. Z danych Red Hat wynika, iż jeszcze w 2013 roku 51% procent przedsiębiorstw nie miało w planach tworzenia mobilnych platform. Wystarczyły jednak dwa lata, by trend ten odwrócił się o 360 stopni: w 2015 roku **52% badanych posiadało już w tej kwestii w pełni wdrożoną strategię, a 90% przewidywało wzrost budżetu**, jaki ich organizacje miały przeznaczyć na ten cel w ciągu kolejnych 12 miesięcy. Skąd ta nagła zmiana? Zapytani o przyczynę swojej decyzji, przedstawiciele firm w znacznej mierze deklarowali, że inwestowanie w aplikacje mobilne to doskonały sposób na dalszy rozwój biznesu. Zoptymalizowana strona internetowa już nie wystarczy, by dotrzeć do klientów, gdy ci korzystają z telefonów komórkowych: z szacunków agencji eMarketer wynika, że z blisko dwóch godzin dziennie, jakie przeznaczają na smartfony, zaledwie **14.3% czasu przypada na przeglądarki mobilne.** Aplikacje są wygodniejsze, szybsze i prostsze w obsłudze, toteż preferuje je 85% konsumentów.

Znaną prawdą jest, że zadowolony klient to lojalny klient. Satysfakcja użytkowników przekłada się na zysk firmy, więc przedsiębiorcy coraz chętniej wychodzą klientom naprzeciw i dostosowują swoją ofertę do ich potrzeb. Tak jest w przypadku TransferGo, platformy do przelewów międzynarodowych, dostępnej w wersji mobilnej na systemy iOS i Android. Jak mówi Magdalena Gołębiewska, Country Manager firmy, decyzja o zaadaptowaniu usługi na smartfony była oczywista:

“*TransferGo to młoda, dynamiczne firma. Bardzo dużą wagę przywiązujemy do tego czego oczekują nasi Klienci. Strona responsywna istnieje od początku i szybko zauważyliśmy, że nasi Klienci bardzo często, właśnie z jej poziomu, wykonują transakcje. Łatwo zatem było nam podjąć decyzję o wypuszczeniu aplikacji. Wskaźniki wzrostu transakcji, które odnotowujemy, zwłaszcza dla Androida, potwierdzają, że była to słuszna decyzja*”.



W przypadku TransferGo inwestycja zdecydowanie się opłaciła. Świadczy o tym także wskaźnik Net Promoter Score, narzędzia służącego do badania satysfakcji klientów, który dla firmy wynosi na ten moment ponad 80%. Jak podkreśla Gołębiewska, ma on realne przełożenie na zachowanie klientów i stanowi znaczną podporę w ocenie działań biznesowych:

“*Badanie satysfakcji Klienta to bardzo ważny element naszej strategii. NPS wraz z ocenami na TrustPilot i komentarzami Klientów na naszych kanałach social, to coś co wewnętrznie nazywamy wskaźnikiem TransferLOVE. W przeciągu kilku lat na rynku udało nam się zbudować lojalną społeczność, gdyż zdecydowana większość naszych Klientów wykonała więcej niż 1 transakcję, a dodatkowo bardzo duża część, uczestniczy w naszym programie Refer-A-Friend i poleca nas znajomym*” - podsumowuje Gołębiewska.

............................................

Informacje o Transfer Go:

Transfer Go, z siedzibą w Londynie, jest międzynarodową firmą zajmującą się przelewami online. Produkty i usługi oferowane przez Transfer Go skierowane są do pracujących emigrantów na całym świecie. Firma jest jednym z najszybciej rozwijających się przedsiębiorstw w swojej branży. Założona w 2013 roku zrealizowała już ponad milion transakcji! O jakości świadczonych usług świadczyć mogą opinie Klientów, które śledzić można miedzy innymi na niezależnym portalu TrustPilot, gdzie średnia ocen wynosi 9,5/10 (Excellent).

Pomimo iż spółka koncentruje się na pomocy społecznościom emigranckim z centralnej i wschodniej Europy (co jest bliskie sercu założycielom, których cała czwórka pochodzi z Wilna), pozwala na dokonywanie przelewów do 45 krajów w całej Europie, jak i poza nią.

Transfer Go ma siedzibę w należącym do Canary Wharf Group Level39, największym europejskim miejscu wspierającym firmy z rynku FinTech.

Kontakt prasowy:

Transfer Go

Magdalena Golebiewska

magdalena@transfergo.com

T: +44 (0) 203 824 0290