

Apps für KMU – die kleinen Helfer setzen sich durch. Jeder zweite Schweizer hat mittlerweile eines und mehr als die Hälfte davon sind iPhones – die Rede ist vom Smartphone. Der Clou der mobilen Geräte sind die Apps – die kleinen Helfer, die dem Benutzer den beruflichen und den privaten Alltag erleichtern.

VON CHRISTOPH PORTMANN*

Smartphones, Tablet-PCs und Co. sind aus dem privaten und beruflichen Alltag vieler Menschen nicht mehr wegzudenken. Da liegt es nahe, dass Unternehmen dieses Potenzial für sich nutzen wollen. Wer am Boom der mobilen Anwendungen teilhaben will, hat neben einem herkömmlichen Auftritt im Internet diese Möglichkeiten:

- > **Web-Apps – Darunter werden auf mobile Geräte optimierte Websites (Webapplikation) verstanden.** Sie haben den Vorteil, dass sie im Internet für alle mobilen Geräte frei zur Verfügung stehen und gleich wie alle anderen Webseiten über den Browser geöffnet werden können. Dadurch sind sie auf jedem Gerät abrufbar und müssen nicht vorher installiert werden. Was Web-Apps fehlt, ist die Möglichkeit einer direkten Monetarisierung durch den Kaufprozess in einem App Store. Aber auch Anwendungen, die auf die Hardware zurückgreifen und beispielsweise die eingebaute Kamera ansprechen wollen, lassen sich damit meist nicht realisieren.
- > **Native-Apps – Dies sind Anwendungen, die speziell für den jeweiligen Mobilgeräte-Typ entwickelt wurden und vor der Verwendung aus dem Internet auf den Gerätespeicher geladen und dort installiert werden müssen.** Für Nutzer wirken sie hochwertiger als eine Webanwendung, die man im Browser aufrufen kann. Wer auf betriebssystemspezifische Inhalte oder spezielle Fähigkeiten der Hardware abzielt, kommt um eine Native-App nicht herum. Da die Betriebssysteme nicht einheitlich sind,

stellt sich die Frage, wie man seine Zielgruppe am besten erreicht. In der Schweiz hat gemäss einer comparis-Studie Apple mit 55% Marktanteil die Nase vorn, gefolgt von Android 36%, Windows 4% und Diversen mit 5%.

Bildschirme werden kleiner. Während früher die Bildschirme immer grösser wurden, werden sie heute tendenziell kleiner. Bevor also an die Entwicklung einer Native-App gedacht werden kann, muss die bestehende Webseite für mobile Anwendungen optimiert werden. Eine auf mobile Ausgabegeräte ausgerichtete Webseite ist auf das Wesentliche reduziert. Bilder sind für die kleineren Displays optimiert, das verkürzt die Ladezeit. Mobile Webseiten gefallen zudem durch eine einfache und klare Benutzerführung. Die Menüpunkte sind grösser dargestellt. Sämtliche Links und Buttons werden für Touchscreen optimiert und sind deutlich hervorgehoben. Auch das Design einer mobilen Webseite kommt deutlich reduziert und entschlackt daher.

Native-Apps werden erschwinglich. Bis vor Kurzem war die Entwicklung einer eigenen Native-App aus Kostengründen Grossunternehmen vorbehalten. Heute bieten zahlreiche Anbieter für kleine und mittlere Unternehmen fertige App-Grundgerüste an. Damit sind die mobilen Applikationen auch für KMU und Gewerbebetriebe attraktiv und erschwinglich geworden. Erhältlich sind sie abhängig von Funktion und Leistungsumfang bereits ab unter eintausend Franken. Administriert und aktualisiert werden diese elektronischen Helfer



CHRISTOPH PORTMANN

ist Inhaber von Score Marketing in Stäfa und Partner der Agentur für Marketing und Kommunikation amakom in Wetzikon. Der Autor bietet Beratung, Seminare und Referate an.

Score Marketing, Bergstrasse 96, 8712 Stäfa,
T 044 926 36 00, chportmann@ScoreMarketing.ch,
www.ScoreMarketing.ch

BEISPIELE VON NATIVE-APPS FÜR KMU

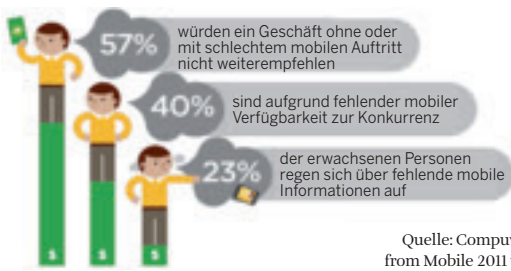
Beispiel 1 – Autogarage

Eine Autogarage macht ihre Kunden via Native-App und Push-Nachrichten darauf aufmerksam, dass es Zeit zum Wechseln auf Winter- resp. Sommerpneus ist. Kunden können direkt via App einen Termin für das Wechseln der Räder reservieren. Zusätzlich kann die Garage ihre Kunden auf Ausstellungen und Aktionen hinweisen, ihnen Treueangebote machen oder ihnen die neusten Modelle oder auch Gebrauchtwagen vorstellen.

Beispiel 2 - Restaurant

Ein kleines Restaurant im Zürcher Oberland hat eine eigene Native-App. Die Kunden werden täglich via Push-Mail über das Tagesmenü am Mittag informiert. Selbstverständlich wird auch regelmässig über saisonale Angebot und Events informiert und der Kunde kann die Speisekarte einsehen. Mit einem einfachen Klick können Kunden am Abend zur gewünschten Zeit einen schönen Platz und sogar schon das Menü reservieren.

Bei beiden Beispielen kann der Kunde das Angebot bewerten und das Unternehmen und dessen Angebot via soziale Medien weiterempfehlen.



Quelle: Compuware, what Users Want from Mobile 2011 via www.meineApp.ch

Eine Compuware-Studie zeigt, was Kunden heute von einem mobilen Webauftritt erwarten

übrigens mittels CMS (Content-Management-System) problemlos und einfach vom Betreiber selber.

Echter Mehrwert für Nutzer und Betreiber. Native-Apps sind heute vor allem aus der Medienwelt bekannt. So bieten praktisch alle grösseren Print- und elektronischen Medien eigene Apps zum Download an. Abhängig von Angebot und Zielgruppe kann eine eigene Native-App aber auch Kleinunternehmen wie beispielsweise Food-Heimlieferdiensten, Restaurants, Bands, Fitness- und Wellnesscentern, Autogaragen, E-Shops, Non-Profit-Organisationen etc. einen Mehrwert für Unternehmen und Kunden bringen. Die Vorteile einer

Native-App, die auf das jeweilige Geschäftsmodell und die Bedürfnisse der Kunden ausgerichtet ist, sind vielfältig:

- > **Kundenbindung** – Angebot wird bewusster wahrgenommen, der Kontakt zum Kunden wird enger
- > **Kundennutzen** – einfache Handhabung, jederzeit aktuelles Angebot, Möglichkeit für Feedback und Bewertungen vermindert Risiko und erleichtert Kaufentscheid
- > **Erreichbarkeit** – ohne zusätzlichen Aufwand während 365 Tagen, rund um die Uhr erreichbar
- > **Findbarkeit** – mittels GPS-Unterstützung und elektronischer Karten finden Kunden ihr Ziel leicht
- > **Aktionen** – Gutscheine, Bons, Coupons und Co. können einfach angeboten werden
- > **Absatz- und Kommunikationskanal** – mit einer App erschliessen sich neue Geschäftsfelder, das Smartphone ist jederzeit verfügbar und bietet einfache Zahlungsmöglichkeiten
- > **Zielgruppe** – Mobilnutzer sind technikaffin und verfügen in der Regel über eine gute Kaufkraft

Mit einer App lassen sich neue Geschäftsfelder erschliessen, Mehr- und Zusatzverkäufe realisieren, der aktive Dialog mit Kunden intensivieren und damit die Kundenbindung erhöhen. Ob mit Web- oder Native-App, am Mobile Marketing kommen heute auch Kleinunternehmen je länger, je mehr nicht mehr vorbei.