

MOBILE

STEEKPROEF 2015/2016 DDMA COMMISSIE MOBILE

Het jaar 2015 is inmiddels afgesloten en de plannen voor 2016 worden nu uitgevoerd. Een goed moment om terug te kijken en vooruit te blikken. Mobile is een snel ontwikkelende branche en daarom voert de DDMA commissie Mobile ieder jaar een steekproef uit naar de Nederlandse mobile marketing en development activiteiten. Hierbij een overzicht van de resultaten van 2015 en de insights voor 2016.

50% OF MEER VAN DE BEDRIJVEN GEEFT AAN DEZE MOBILE ACTIVITEITEN TE ONTPLOOIEN:

- 84% Responsive website
- 68% Mobile app (native)
- 61% Mobile ready e-mails
- 52% Push notifications

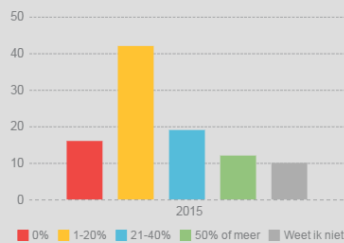
CONVERSIE = SUCCES

55%

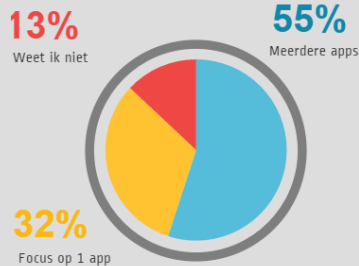
van de gebruikers gaf aan dat conversie* het succes van een app bepaalt.

* Met conversie wordt bedoeld: registratie, omzet, service flows afmaken etc.

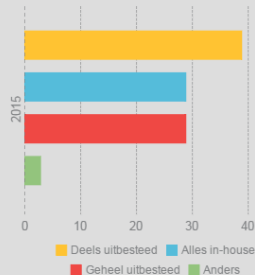
PERCENTAGE VAN DE TOTALE OMZET AFKOMSTIG VAN MOBILE IN 2015



VAN 1 CORE APP NAAR MEERDERE APPS



2/3 VAN DE BEDRIJVEN BESTEEDT DE ONTWIKKELING VAN APPS UIT



81%

van de deelnemers aan deze steekproef verwacht dat het budget voor Mobile zal stijgen.



85% VAN DE BEDRIJVEN BESTEEDT DEVELOPMENT UIT*

*Als een bedrijf er voor kiest om de ontwikkeling van een app (deels) uit te besteden.

VOORUITZICHTEN 2016

Naast deze verwachtingen heeft de DDMA commissie Mobile ook een voorschot genomen op de te verwachten trends voor 2016:

1



Innovaties op het gebied van connected cars, iBeacons & wearables zullen in 2016 verder ontwikkelen. Door al deze innovaties neemt de hoeveelheid data enorm toe. De kwetsbaarheden van (data) privacy op mobile zijn in 2015 duidelijk geworden. De verwachting is dat dit met de nieuwe innovaties in 2016 nog beter zichtbaar gaat worden.

2



Retailers die nu geen omnichannel strategie implementeren en service hoog in het vaandel zetten, krijgen het nog lastiger. Een belangrijk aspect van een succesvolle omnichannel strategie is het effectief bedienen van de klant op mobiel. Retailers die in staat zijn om klanten zodanig op mobiel te bedienen dat zij er blij van worden, in plaats van dat zij het gevoel krijgen dat hun privacy wordt geschonden, gaan een goede toekomst tegemoet.

3



Voor conversie optimalisatie geldt dat de resultaten per apparaat (mobiel, tablet en desktop) sterk kunnen verschillen en om die reden is de verwachting dan ook dat het aantal 'adaptive' websites sterk zal toenemen in 2016.

De uitdaging voor mobile specialisten in 2016 wordt: Mobile aansluiten op de totale customer journey.

Deze steekproef is uitgevoerd door de DDMA commissie Mobile.

