

Hebben Mobiele Apps wel de toekomst?

28-11-2011 14:53



Weg met apps?

In zijn artikel 'Mobile Apps Must Die' pleit Scott Jenson voor een nieuwe kijk op het doorontwikkelen van het mobiele internet. De aanvulling van desktop met mobiele publicaties is in volle gang. Veelal wordt een bestaande publicatie nagebouwd in een app en daarna doorontwikkeld in zijn nieuwe mobiele vorm. Sommige zijn daarin succesvol, sommige zelfs winstgevend. Nu stelt Scott Jenson echter dat Apps helemaal moeten verdwijnen.

Het publiceren binnen apps is zowel voor de gebruiker als voor de uitgever onhoudbaar.

De gebruiker ziet voor elke dienst een nieuwe app ontstaan. Apps, die hij moeten onderhouden, organiseren en 'bewerken'. De wildgroei aan applicaties maakt het mobiele apparaat een onoverzichtelijke aanbieder van informatie. Scott maakt een vergelijking met internet waarin de vaste directories als Yahoo, werden weggevaagd door de zoekmachines als van Google, omdat bij de exponentiele groei van het aantal sites een vaste indeling onwerkbaar is.

Een kritische succesfactor voor het gebruik van een applicatie is de verhouding tussen het ongemak van het gebruik en de meerwaarde die een gebruiker ervaart. Een drempel voor het gebruik van apps is dat ze afzonderlijk geïnstalleerd moeten worden. Als een app niet direct hoge meerwaarde biedt zal de gebruikers niet de moeite nemen om ze te gebruiken. Anderzijds geldt echter; als het gebruikersgemak hoger wordt, stijgt het gebruik direct. Ook hier is Google een goed voorbeeld; bij versnellen van de zoekresultaten een tiende(!) van een seconde, neemt het gebruik significant toe.

Toenemende concurrentie

Tussen de Apps zal een enorme concurrentie ontstaan, veroorzaakt door 'the internet of things'. Dagelijks wordt de gebruiker geconfronteerd met tientallen, misschien wel honderden publicaties die om interactie vragen. Jenson noemt een aantal voorbeelden:

- de filmposter die verschijnt als interactieve versie op de telefoon, waarmee meteen kaarten bij de lokale bioscoop gekocht worden.
- elke winkel biedt een app, die opstart als de gebruiker de winkel betreedt.
- een autoverhuur bedrijf, waar ieder met de telefoon kan registreren, een auto boeken en rijden, bijvoorbeeld via bluetooth.

Kenmerk van al deze diensten is dat ze alleen interactie vragen op het moment dat de gebruiker het nodig heeft. Zo snel als de informatie gebruikt is, is de dienst (voorlopig) niet meer nodig. Juist webpagina's blijken een geschikt medium voor dit soort 'wegwerp'-informatie. Het vraagt om een constante zoekfunctie die op basis van tijd en plaats en een persoonlijk profiel in staat is om een relevant aanbod vast te stellen. Op dit

moment is er geen dienst die deze componenten verenigd. Juist het open karakter maakt dat het botst met het gesloten karakter van de Apps.

Voor 'Native apps' lijkt het probleem groter. Niet alleen wordt de gebruiker opgezadeld met het ongemak van selectie, organisatie en onderhoud, de uitgever moet zich ook in allerlei bochten wringen om de gebruiker te bereiken. 'Native apps', apps voor een specifiek platform als iPhone, Android of iPad, zijn complex om te maken; voor elk platform moet een eigen interface en code geschreven worden (en onderhouden). Ook lopen de ontwikkelingen van deze platforms niet synchroon, zodat de functies in de uitgave niet eenduidig en betrouwbaar zijn.

Apps voor vakinformatie

De conclusie is dat de uitgever van mobiele publicaties goed moet bedenken wat de kritische succesfactoren van zijn uitgave worden. In mijn wereld van vakinformatie is te verwachten dat de toegevoegde waarde van apps hoog is, het percentage 'wegwerp'-informatie laag en de installatie voorlopig geen onoverkomelijke drempel. Het bestaansrecht van de app voor vakinformatie wordt daarmee sterk afhankelijk van het gebruikersgemak, oftewel de snelheid van zoeken, de compleetheid van de informatie en de relevantie van de zoekresultaten. Juist het publicatieproces van vakinformatie biedt veel aanknopingspunten om deze aspecten te verbeteren.

Arjaan Kunst

<http://www.DiskadConcepts.nl>

David Huijzer