

FAI CRESCERE LA TUA ATTIVITÀ CON UN GENERATORE DI APP

Una guida per le **agenzie** che stanno valutando di **far crescere la propria attività** utilizzando un **generatore di app** per creare potenti contenuti o app Shopping **per i propri clienti**



Sommario

Introduzione	3
#1 Perché iniziare a vendere mobile app?	4
Il mercato delle app per mobile	
App di contenuto: possibilità specifiche per le applicazioni	
Shopping App: un potente canale di vendita per i nostri clienti	
#2 Perché usare un app builder?	10
Vantaggi di un App Builder	
Perché scegliere GoodBarber?	
Devo dire al mio cliente che sto usando un App Builder?	
#3 Che funzioni posso offrire ai miei clienti?	17
App di contenuto	
Shopping app	
Personalizzazioni	
#4 Cosa deve avere un'agenzia	24
Cose da sapere prima di iniziare	
Come stabilire il prezzo delle mie app?	
#5 Prova e pubblica la tua app	29
Come posso mostrare ai miei clienti un'anteprima delle loro app?	
Pubblicazione delle app dei miei clienti	
Gli account sviluppatore del tuo cliente rispetto ai tuoi	
#6 Come posso iniziare?	37
Contattaci !	39

Introduzione

Se stai leggendo questa guida, molto probabilmente significa che stai pensando di vendere app per dispositivi mobili o che stai **sviluppando la tua attività vendendo app**.

Sia per le persone che per le agenzie, offrire una **soluzione per app mobile** ai clienti può essere una sfida. C'è molto da imparare, richiede molto impegno per iniziare e anche restare in gioco. Per essere sicuri di inviarti sulla strada giusta, abbiamo raccolto nella nostra Guida per le agenzie alcune delle nostre migliori conoscenze, per darti un vantaggio e per darti una visione completa degli **elementi chiave per avere successo**.

Le app mobili sono un settore in rapida crescita, quindi è il momento migliore per entrare in gioco. La buona notizia è che ti mancano solo pochi passi. Continua a leggere per avere un addestramento accelerato, e preparati a lasciare il segno nel mercato delle app. In questa guida troverai tutti i buoni motivi per offrire delle app ai tuoi clienti, siano esse classiche, ovvero condivisione di contenuti, o e-commerce, per le aziende online.

#1

PERCHÉ INIZIARE A VENDERE MOBILE APP?



Il mercato delle app per mobile

• Il mercato delle app per mobile

Al giorno d'oggi, le aziende non possono permettersi di non essere "mobile".

Come afferma Wendy Clark (CEO di DDB Worldwide), «Se i tuoi piani non includono i dispositivi mobili, i tuoi piani non sono finiti».

Proprio come ai tempi in cui un sito Web era essenziale per le aziende, al giorno d'oggi non puoi fare a meno delle app.

Le aziende di tutto il mondo stanno costruendo sempre più siti Web per dispositivi mobili, anziché limitarsi ad ottimizzare le versioni desktop. Con la tecnologia che diventa sempre più parte integrante della nostra vita quotidiana, gli smartphone sono la nuova norma. Il mobile ora domina persino il Web desktop, con il **50%** del tempo digitale impiegato nelle app per smartphone (negli Stati Uniti)¹.

Lo smartphone è diventato indispensabile e oggi è la prima schermata di connessione a internet per gli utenti. Secondo Médiamétrie, gli utenti del mobile sono quasi 34 milioni (con un incremento di 3 milioni rispetto all'anno precedente). La tendenza aumenta quando guardiamo alla popolazione più giovane. I 15-24enni spendono $\frac{3}{4}$ della loro navigazione su dispositivi mobili e il 60% esclusivamente su questi ultimi.

Le preferenze e i comportamenti degli utenti di Internet determinano le strategie da attuare. Sapendo che le app per mobile iOS e Android convertono 3 volte di più rispetto ai siti responsive, è necessario prendere in considerazione queste piattaforme ottimizzate per l'e-commerce.

Per quanto riguarda l'utilizzo, le app native e le PWA sono più veloci di un sito Web! Piccolo promemoria: la differenza tra un'app nativa e una PWA (Progressive Web App) è che quest'ultima è accessibile direttamente dal tuo browser, mentre l'applicazione nativa può essere scaricata dagli store.

¹Fonte: <https://www.comscore.com/Insights/Blog/Smartphone-Apps-Are-Now-50-of-All-US-Digital-Media-Time-Spent>

Per essere più specifici, una PWA utilizza le più recenti tecnologie Web per offrire un'esperienza utente simile a quella delle app native (velocità, intuitiva, funzione offline). La PWA può essere consultata come i siti Web, da un URL sicuro, e non occupano spazio nella memoria del telefono.

Puoi intuire che l'esperienza utente sul cellulare sarà sempre più piacevole e ottimizzata quando utilizzano un'app o una PWA rispetto ad un sito Web.

App di contenuto: possibilità specifiche per le applicazioni

- **Condividi i tuoi contenuti in modo più efficiente. Accesso offline e notifiche push**

Uno dei principali vantaggi delle app è che il loro contenuto è accessibile anche senza connessione. Questo è un vantaggio cruciale rispetto ad un semplice sito Web. La ciliegina sulla torta in termini di efficienza: le notifiche push consentono di connettersi direttamente con gli utenti per avvisarli di nuovi contenuti, eventi o altre notizie.

- **Costruisci una comunità**

“App” corrisponde a cellulare o tablet, il che implica fotocamera e geolocalizzazione. Le funzionalità specifiche di questi dispositivi vanno di pari passo con lo sviluppo di una comunità. Puoi approfittare di questo per aggiungere, ad esempio, funzionalità di chat geolocalizzate. In questo senso, l'app sarà più interattiva di un semplice sito.

Inoltre, con un'app non è necessario ricordarsi le credenziali. L'utente deve effettuare l'accesso una sola volta, il che migliora ulteriormente la sua esperienza.

Le app ti consentono di raggiungere un nuovo pubblico (spesso più giovane) e quindi di far crescere la tua community.

• Migliora l'immagine dei tuoi clienti

Quando un'azienda, un blogger, un'associazione o un sito di notizie offrono un'app, l'immagine del loro marchio si rafforza.

In effetti, offrire un'app è un segno di professionalità e di impegno. La presenza negli Store richiede la loro approvazione (a differenza di un sito Web), e ciò dimostra non solo la qualità del contenuto ma anche del design. Inoltre, essere presenti su più piattaforme fa sembrare un'azienda più affermata. La presenza dei clienti viene rafforzata e il loro peso sul mercato aumenta.

• Costruisci la lealtà.

Come vedrai più avanti nella presentazione delle funzionalità di GoodBarber, un'app ti aiuterà a fidelizzare la tua base di clienti. Caratteristiche come la carta fedeltà o le carte club sono molto vantaggiose per trattenere i tuoi clienti.

Shopping App: un potente canale di vendita per i nostri clienti

Lo sviluppo di app per lo shopping ti consentirà di offrire ai tuoi clienti e lead un portfolio completo e attraente.

Per i rivenditori più visionari, è un'opportunità per essere presenti sui dispositivi mobili semplificando l'esperienza dell'utente, rimanendo sempre un passo avanti rispetto alla concorrenza.

Le statistiche sulle vendite mobili stabiliscono nuovi record ogni anno e l'utilizzo delle app per lo shopping è cresciuto più rapidamente rispetto a qualsiasi altra categoria di app². Lo sviluppo delle attività di e-commerce ha plasmato i comportamenti di acquisto online di clienti e rivenditori, aprendo nuove possibilità di espansione del business.

²Fonte: Flurry

Hai bisogno di argomenti convincenti per i tuoi potenziali clienti? Ecco un elenco (non esaustivo!) Dei vantaggi di una shopping app per un rivenditore:

- **Mobile: il canale di vendita online n. 1 ***

Nella maggior parte del mondo, i dispositivi mobili rappresentano oltre il 50% delle transazioni online. All'inizio il mobile era usato solo per cercare prodotti o confrontare i prezzi, ma ora è ora un vero e proprio canale di vendita. Servizi come Apple Pay e Google Pay semplificano il processo di pagamento e contribuiscono a rendere mobile il canale di vendita online numero 1.

- **I clienti preferiscono le Shopping App**

Secondo Criteo³, il 70% dei clienti preferisce l'esperienza dell'app di shopping. Una volta che un utente ha creato un certo livello di coinvolgimento con un marchio attraverso il proprio sito, passerà all'app mobile per lo shopping reale. Rispetto all'esperienza di acquisto su un browser mobile, le app per lo shopping offrono maggiore praticità, velocità e impostazioni memorizzate. Non è più necessario ricordare l'URL o effettuare l'accesso ogni volta.

- **Un'esperienza più veloce e semplificata**

Anche la velocità è un elemento cruciale. Le app sono generalmente 1,5 volte più veloci dei siti mobili in quanto non devono recuperare i dati dai server Web.

Con una funzione di accesso automatico, i tuoi clienti dovranno effettuare l'accesso una sola volta e verranno sempre riconosciuti quando tornano alla tua app. Possono riprendere facilmente gli acquisti da dove li avevano interrotti senza dover inserire nuovamente le loro credenziali.

Con l'integrazione dell'acquisto in 1 clic, il percorso e il check-out dei tuoi clienti diventano più veloci e facili. Non si verificherà più il temuto caso del carrello abbandonato.

³Fonte: Criteo. Global commerce review Q2 2018

• **Notifiche push: un ottimo strumento per aumentare la fidelizzazione dei clienti**

Le app per lo shopping aiutano a ripetere l'uso e a fidelizzare i clienti. Secondo [Statista](#)⁴, il 32% degli utenti torna ad un'applicazione 11 volte o più.

Gli strumenti di marketing che utilizzano le funzionalità integrate del telefono offrono l'opportunità di inviare un messaggio più personalizzato (notifiche push, geolocalizzazione, funzionalità di condivisione).

Le notifiche push sono un modo comprovato per coinvolgere i tuoi clienti e riportarli alla tua app: hanno una percentuale di apertura superiore del 50% rispetto alle e-mail e una percentuale di clic del 40%. Grazie alle notifiche push puoi comunicare direttamente con i tuoi clienti e offrire offerte migliori non disponibili su altri canali. Quando i tuoi clienti fanno clic sulla notifica, verranno rispediti esattamente alla pagina corretta e potranno riprendere facilmente gli acquisti.

• **Aumenta il tasso di conversione**

I rivenditori che hanno un'app sono un passo avanti poiché la loro app converte 3 volte di più rispetto al loro sito Web.

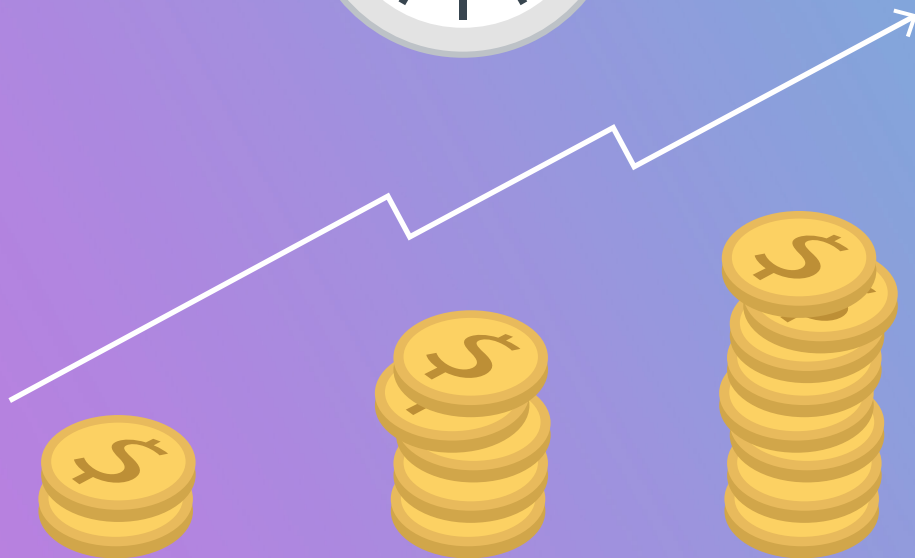
Le app per dispositivi mobili aumentano la percentuale di utenti che completano l'azione desiderata rispetto ai siti Web desktop e mobile, il che porta *le Shopping app a conversioni 3 volte superiori. Mentre un sito Web può aiutare a stimolare la consapevolezza e il coinvolgimento iniziale, le fasi avanzate sono meglio servite da un'app.

Con una UX più soddisfacente, un checkout facile, un display ottimizzato e prodotti più facilmente visualizzabili, i tuoi clienti saranno inclini a guardare più prodotti, portando quindi ad una media del carrello più alta.

⁴**Fonte:** Statistica : Mobile apps: user retention rate 2012-2019

#2

PERCHÉ USARE UN APP BUILDER ?



Vantaggi di un App Builder

- **Risparmia tempo e denaro!**

Usare un generatore di app per creare e vendere app è un modo economico e conveniente per entrare nel settore e competere nel mercato. Alcune soluzioni ti permetteranno di dividere il costo per 20!

Ecco un esempio delle differenze tra la creazione di un applicazione usando GoodBarber e senza App Builder:

	 App GoodBarber	 Sviluppo senza un app builder
 Tempo	DESIGN: 8 ore INTEGRAZIONE: da 8 a 16 ore CONTENUTO: da 16 a 40 ore TOTALE: da 32 a 64 ore	DESIGN: 100 ore INTEGRAZIONE: 120 ore CONTENUTO: 80 ore TOTALE: 300 ore (circa)
 Costo	A partire da 200\$ mensili per app iOS, Android e PWA illimitate Maggiori informazioni	Approssimativamente: iOS: 28000\$ ANDROID: 23000\$

• Nessuna conoscenza tecnica richiesta

Per creare con successo un'applicazione, devi essere un genio del design, un re dello sviluppo e anche un guru del marketing. Se hai tutte queste abilità, non avrai problemi a creare la tua applicazione e ci congratuliamo con te!

Se questo non è il caso, non preoccuparti, non è ancora finita, ci sono altre opzioni disponibili ;)

Puoi assumere persone con queste capacità per creare la tua app o utilizzare un generatore di applicazioni per crearla tu stesso.

Per quanto riguarda il design, in un generatore di app troverai diversi modelli creati da designer professionisti che dovrai solo selezionare e personalizzare. Immagina di essere in grado di creare un negozio online in grado di competere con i grandi marchi senza dover scrivere una sola riga di codice!

In termini di sviluppo, un generatore di app genera e invia la tua richiesta per te, devi solo recuperare un file e caricarlo nello Store.

Infine, dal lato del marketing, di solito è presente un team che ti aiuterà nella creazione della tua app, rispondendo alle tue domande ma anche dandoti dei consigli su come promuovere la tua app. Non esitate a dare un'occhiata ai blog degli app builder, sono pieni di risorse!

• Sii presente su tutte le piattaforme

Un app builder dovrebbe aiutarti a guadagnare tempo ed energia!

Dovresti scegliere un generatore di app che abbia un back office progettato per consentirti di creare contemporaneamente tutte e tre le versioni dell'applicazione: iOS, Android e PWA.



iOS team



Android team



PWA team



Con GoodBarber

Un'app iOS, un'app Android e una PWA non vengono create nello stesso modo o con la stessa tecnologia. Ogni piattaforma ha la sua specificità.

A GoodBarber, tre diversi team lavorano allo sviluppo del nostro prodotto, e quindi del tuo prodotto. Queste squadre sono composte da esperti nei loro settori.

Questo è il motivo per cui non devi preoccuparti dei dispositivi su cui verrà utilizzata l'applicazione. Concentrati solo sul design e sul contenuto e lascia che Goodbarber faccia la sua magia!

Perché scegliere GoodBarber?

• Scegli il leader degli App Builder

GoodBarber è un generatore di app creato nel 2011. Offriamo uno strumento che consente la creazione di app robuste e potenti, con il miglior design ed esperienza utente disponibili sul mercato. La missione di GoodBarber è quella di rendere disponibile la tecnologia sia sul cellulare che sul web. Grazie alle 30.000 app che utilizzano GoodBarber, abbiamo coordinato gli investimenti in Ricerca e Sviluppo dividendo i costi di proprietà per i nostri clienti fino a 20 volte.

È per mantenere questi obiettivi che ripensiamo costantemente al modo in cui creiamo le nostre bellissime app. Ciò è esemplificato dalla scelta coraggiosa che abbiamo fatto quando abbiamo creato GoodBarber, ovvero sviluppare app native combinate con la prossima generazione di app, le Progressive Web App.

Fin dalla sua creazione, GoodBarber si è reinventato più e più volte: inizialmente rivolto agli editori di contenuti, ci siamo rapidamente evoluti per sviluppare un prodotto in grado di soddisfare nuove esigenze, consentendo alle comunità e alle imprese locali di unirsi al processo di creazione di app, con un'esperienza utente senza pari.

Con oltre il 50% del traffico Internet proveniente da dispositivi mobili, il settore del commercio è notevolmente cambiato. GoodBarber offre agli eMerchant pionieri l'opportunità di massimizzare le loro vendite con un'app di eCommerce.

• Un team dedicato ai rivenditori che offre formazione e supporto su misura

Come Reseller GoodBarber avrai accesso a un programma di formazione personalizzato. Vogliamo offrirti tutti gli strumenti per utilizzare al meglio la nostra piattaforma per creare i progetti dei tuoi clienti e offrire loro funzionalità che corrispondono alle loro esigenze.

Oltre ad un Account Manager dedicato con il quale puoi comunicare via e-mail o per telefono, sentiti libero di prenotare lezioni dimostrative e personalizzate in qualsiasi momento.

[PRENOTA QUI](#)

Devo dire al mio cliente che sto usando un App Builder?

Uno dei maggiori vantaggi di alcuni app builder che propongono un programma per Reseller è la possibilità di nascondere il marchio dell'App Builder dai clienti e sostituirlo con il proprio. Sebbene concordiamo sul fatto che questa sia un'ottima opzione per la tua strategia di marketing, ci sono diversi buoni motivi per considerare di non utilizzare la funzione white label. Quindi ascoltaci prima di fare la tua scelta!

• Una partnership con un marchio affermato

Ci vuole un po' di tempo per costruire una reputazione e una fiducia attorno ad un marchio, e se hai appena iniziato è normale che il tuo livello di notorietà non sia ancora al suo apice. Se sei trasparente con il fatto che stai utilizzando uno strumento robusto e consolidato, i clienti possono sentirsi molto più a loro agio nel lasciare una grande rappresentazione della loro attività nelle tue mani. Dicendo loro quale strumento stai utilizzando gli consente di fare ricerche approfondite, di essere a loro agio con le capacità della tecnologia e consapevoli dei limiti.

• Più diritti di accesso al back-end

Quando la funzione white label è attiva, l'accesso a determinate parti del back office viene rimosso. Ciò include la pubblicazione, la guida online, il contatto con l'assistenza, ecc. Se sei d'accordo nel far sapere al tuo cliente che stai usando un generatore di app, puoi svolgere un ruolo più importante nella creazione della sua app (e quindi rendere il tuo lavoro un po' più facile). Puoi comunque limitare qualunque area desideri, in base a ciò che non vuoi che il tuo cliente veda o faccia (ad esempio, probabilmente vorrai che le informazioni di fatturazione rimangano nascoste).

• Strategia d'uscita

Se per qualche motivo devi smettere di essere il fornitore di una (o di tutte) le app del tuo cliente e loro non stanno necessariamente cercando di interrompere l'attività della loro app, giocare d'anticipo si rivelerà molto utile. Se hanno sempre saputo che stai utilizzando un app builder, puoi semplicemente suggerire che acquistino il loro abbonamento per mantenere ciò che hai creato, o addirittura indirizzarli ad un altro Reseller che sarà lieto di accettarli come clienti — e la parte migliore è che non ci saranno spiegazioni e momenti imbarazzanti.

Se sei preoccupato che rivelare l'utilizzo del generatore di app riduca significativamente il tuo valore agli occhi di un cliente, ripensaci. Non è un segreto che, anche con l'aiuto di un costruttore di app, la creazione e la manutenzione di un'app richiede molto tempo ed energia. Oltre al valore della tua creatività e profonda conoscenza della piattaforma, se il cliente è alla ricerca di un livello più alto di personalizzazione o sviluppo speciale che non è offerto per impostazione predefinita, i tuoi servizi valgono chiaramente molto. Il white label è un grande vantaggio per molte agenzie, ma ti consigliamo vivamente di prendere in considerazione anche l'alternativa.

• Il team di marketing dell'App builder può parlare delle mie creazioni

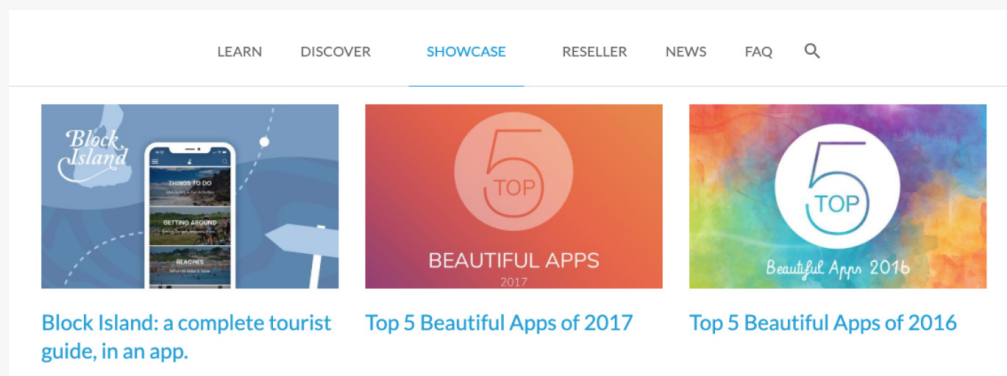
Se decidi di rinunciare all'opzione white label, sfruttare il marchio del generatore di app può essere un modo semplice ed efficiente per la tua agenzia di ottenere una copertura pubblicitaria.

Una delle cose che più amiamo fare è mostrare il meraviglioso lavoro dei nostri clienti. Questo viene fatto sotto forma di un articolo sul blog, un breve video promozionale e la successiva condivisione sui social media. Se ritieni di aver creato un'app eccezionale che merita un riconoscimento, sentiti libero di inviarcela. Saremo lieti di prendere in considerazione l'aggiunta alla nostra collezione.



Con GoodBarber

Una delle cose che più amiamo fare è mostrare il meraviglioso lavoro dei nostri clienti. Questo viene fatto sotto forma di un articolo sul blog, un breve video promozionale e la successiva condivisione sui social media. Se ritieni di aver creato un'app eccezionale che merita un riconoscimento, sentiti libero di inviarcela. Saremo lieti di prendere in considerazione l'aggiunta alla nostra collezione!



#3

CHE FUNZIONI POSSO OFFRIRE AI MIEI CLIENTI?



Per convincere i clienti del motivo per cui un'app è un must, dovrai presentare alcuni esempi concreti di come intendi aiutarli a raggiungere i loro obiettivi attraverso il tuo prodotto. Ecco un elenco di quelle che riteniamo siano le funzionalità più utili che dovresti offrire, insieme alle basi su come presentare ciascuna funzione. Ricorda, un elenco di funzionalità è un ottimo inizio, ma dimostrare esattamente come ogni aspetto li aiuterà a crescere ti porterà al livello successivo. Quindi, non esitare a creare un portfolio pieno di app di esempio per presentare ognuna di queste funzionalità in uno scenario realistico in cui ci si possa immedesimare.

App di contenuto



Testo

Ovviamente il tuo generatore di app dovrà avere una sezione di testo, ma è importante che sia personalizzabile. Inoltre, dovresti avere dei connettori con fonti esterne per mantenere la coerenza con l'altra piattaforma del tuo cliente (Wordpress, SquareSpace, connettore personalizzato).



Mappe

Le mappe possono essere basate su una sola posizione o includere un numero illimitato di punti (se si dispone di un progetto più simile a una directory). Ognuno di essi fornisce informazioni, foto, link e informazioni di contatto. Molto utile, ad esempio, per le directory.



Calendari di eventi

Invia delle notifiche ai tuoi utenti su eventi, vendite e nuove uscite. Puoi estrarre i contenuti da una fonte che hai già impostato (ad esempio Google Calendar, Facebook Calendar, ecc.) Oppure inserire manualmente gli eventi. Hai molte ottime opzioni da fornire agli utenti, come un link per le indicazioni stradali, un pulsante per acquistare i biglietti, condividere le diverse possibilità e le informazioni di contatto.



Audio & Video

Le opzioni audio dovrebbero includere podcast, integrazione di SoundCloud, file CMS e streaming live. Per quanto riguarda i video, i file CMS sono un'opzione, oltre alle integrazioni di streaming live, YouTube, Vimeo ... Includere aspetti audio e video in un'app è un modo perfetto per aggiungere un po' di interattività e persino di fornire contenuti agli utenti che non possono essere fisicamente presenti ma che non vogliono perderseli. Le chiese e le stazioni radio trovano queste funzioni particolarmente utili. [Qui](#) puoi trovare alcuni esempi di ciò che queste industrie hanno realizzato.



Moduli

I **Moduli** sono uno strumento multiuso. Possono essere utilizzati per condurre sondaggi, raccogliere informazioni di contatto per mailing list, ricevere richieste di assistenza clienti o anche come piattaforma di ordinazione. I risultati di un modulo possono quindi essere esportati per un ulteriore uso e valutazione. Avere un canale che consente una comunicazione rapida e semplice tra utente e proprietario è un elemento cruciale di ogni operazione aziendale di successo.



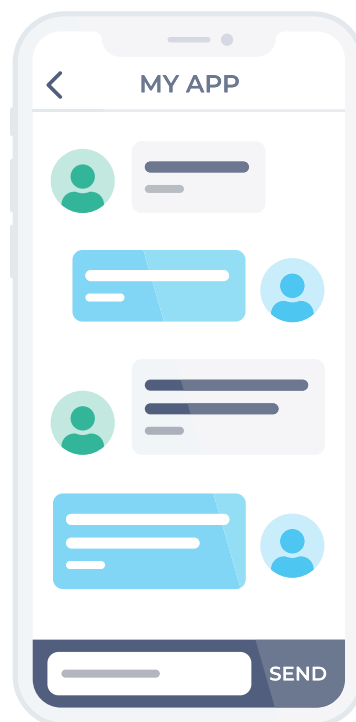
Autenticazione utente

L'**autenticazione utente** apre la strada a tutte le funzionalità utente più avanzate, come i gruppi di utenti, l'abbonamento alle notifiche push, chat e altro. Per offrire un'esperienza più personalizzata, consenti agli utenti di accedere e creare i propri profili. Ciò ti dà la possibilità di adattare il contenuto dell'app in base a diversi profili utente, evitando di inviare informazioni e offerte irrilevanti, ed è il primo passo per **creare una vera community**.



Chat

La funzione **chat** consente ai tuoi utenti di conoscersi a vicenda, sia per scopi sociali sia per scambiare opinioni sulla tua struttura, ed è un ottimo modo per coinvolgere le persone. Gli utenti possono vedersi reciprocamente in un elenco o in una mappa che mostra chi è più vicino a loro. Per motivi di sicurezza, dovrebbe essere fornita anche una funzione di blocco. La chat può anche fungere da strumento di servizio al cliente, in cui gli utenti possono chattare con il proprietario dell'app per ottenere risposte, effettuare ordini e altro.





Carta fedeltà

Il modo più semplice per far tornare i clienti è offrire loro premi per le loro attività ricorrenti. Inizia scegliendo e personalizzando un design unico della carta. La [convalida dei punti](#) può essere completata tramite un acquisto, un check-in manuale o una condivisione sui social media, un ottimo modo per sfruttare il potere del cliente nella tua strategia di marketing. Infine, scegli il regalo e la sua scadenza per completare la [carta fedeltà](#). Puoi inviare ai clienti altre ricompense eccezionali (indipendentemente dal completamento della carta fedeltà) in situazioni come la loro prima visita, se non hanno visitato per un certo periodo di tempo, durante l'happy hour o in base alla posizione geografica del cliente.



Tessera Club

Alcuni app builder ti forniranno le tessere club. I clienti abituali meritano privilegi speciali per la loro lealtà, e saranno entusiasti di ricevere una [tessera club](#) club esclusiva con tre livelli di valore che puoi impostare come preferisci. Questo è un potente incentivo per mantenere i clienti e mostrare loro il tuo apprezzamento.



Coupon

Il modo più rapido per aumentare le vendite è attraverso un'offerta speciale, spesso sotto forma di [coupon](#). Definisci tutti i dettagli dell'offerta, come il metodo di rimborso, i termini e le date di validità, il numero di coupon disponibili, il numero di volte in cui un cliente può utilizzare un coupon e altro ancora. Per semplificare al massimo il processo per il cliente, è possibile includere informazioni dettagliate sul negozio (come le informazioni sulla mappa). Come sempre, il design può essere personalizzato e perfezionato per rendere l'offerta il più attraente ed efficace possibile.



Beacon & Geofence

Essere in grado di recapitare un messaggio o un'offerta agli utenti nel posto giusto al momento giusto è fondamentale per aumentare i tassi di conversione. I [Geo alert](#) consentono di stabilire un contatto nel momento in cui i clienti entrano in una zona designata, tramite geofencing, mentre i [beacon](#) generano avvisi quando l'utente si avvicina a un oggetto specificato.

Shopping app



Login automatico

Con l'accesso integrato e automatico, i clienti si identificano una sola volta. Il fatto che vengano immediatamente riconosciuti ad ogni lancio dell'app migliora la loro esperienza e... la loro propensione all'acquisto!



Funzione di ricerca

Sfrutta tutte le funzionalità di ricerca dei cellulari dei tuoi clienti abilitando la ricerca vocale e la cronologia delle ricerche.



Sconti

Attract your customers with targeted discounts. The powerful rules engine allows you to set optimal discounts for each of your marketing actions. Attira i tuoi clienti con sconti mirati, impostando sconti ottimali per ciascuna delle tue azioni di marketing.



Pagamento con un clic

L'immissione delle informazioni di contatto al momento del pagamento spaventa gli acquirenti, soprattutto sullo schermo di uno smartphone. Il pagamento in 1 clic risolve questo problema e aiuta a generare più vendite, soprattutto sui dispositivi mobili. Integra Apple Pay e altri portafogli digitali per semplificare il percorso dei clienti.



Notifiche Push

Un contatto diretto con i tuoi clienti sul loro cellulare. Le Push sono uno strumento straordinario per spingere i tuoi clienti verso la tua app in un clic.

Il contatto diretto con i tuoi clienti è una funzionalità nativa delle nostre App per lo shopping: le notifiche push sono uno strumento di marketing altamente visibile, facilmente installabile e che consente ai tuoi clienti di acquistare i tuoi prodotti con un semplice clic.

I modelli di e-mail sono disponibili nel back office. Il tuo obiettivo è sempre a portata di clic.



Carrello permanente

Il tuo cliente è sempre riconosciuto dalla tua app e il suo carrello è sempre attivo. Ha dimenticato di finalizzarlo? Ora può essere fatto all'istante.



Condivisione veloce

Partecipa al Social Commerce consentendo ai tuoi clienti di condividere un link ai tuoi prodotti in un batter d'occhio. Quick Share: intuitivo ed efficiente.



Varianti

Crea rapidamente le varianti di ciascuno dei tuoi prodotti. Dimensioni, colori, materiali o qualsiasi altra variazione. Ogni variante ha le sue caratteristiche (immagini, riferimento, stock, prezzo). È possibile creare 100 varianti per prodotto.

Personalizzazioni

A seconda del tuo livello di competenza e di quanto tempo sei disposto a investire, sono disponibili diverse opzioni.



Design personalizzato

Prima di scegliere un generatore di app, dai un'occhiata alle impostazioni dell'API. Dovrebbero consentirti di modificare e visualizzare in modo molto dettagliato aspetti del design come colori, caratteri, formati, ecc. Se hai bisogno di aiuto per creare icone personalizzate, schermate iniziali, loghi e ottenere l'aspetto generale che desideri per la tua app.



Integrazioni personalizzate

Se la funzione di cui hai bisogno esiste già in una pagina Web (ad esempio una funzione di prenotazione), la pagina Web può essere incorporata nell'app tramite una sezione HTML. Esistono due modi per farlo: il primo è semplicemente copiare e incollare l'URL e la pagina verrà visualizzata all'interno dell'app. Per alcuni siti Web che sono già stati ottimizzati per dispositivi mobili, questo è tutto ciò che deve essere fatto. Per altri, il display potrebbe non essere così eccezionale e il design e l'esperienza utente dell'app possono essere notevolmente ridotti. Per non interrompere l'aspetto nativo, potrebbe essere necessario utilizzare il secondo metodo di incorporamento del Web, che è la personalizzazione di un modello vuoto con il proprio HTML (per questo sono necessarie conoscenze di codificazione).



Funzionalità personalizzate

Se il tuo app builder non offre un servizio per la creazione di funzioni personalizzate, la creazione di un plug-in personalizzato è una buona opzione se tu o qualcuno del tuo team ha conoscenze di codificazione. Dopo aver aggiunto il tuo plug-in, codificato in HTML5, CSS e JS alla tua app, le API di GoodBarber consentiranno al plug-in di accedere alle funzionalità native della tua app.

Puoi anche aggiungere iframe. Un iframe (abbreviazione di inline frame) è un elemento HTML che consente di incorporare una pagina Web esterna in un documento HTML. A differenza dei frame tradizionali, utilizzati per creare la struttura di una pagina Web, gli iframe possono essere inseriti ovunque all'interno di un layout di pagina Web.

A questo livello⁵, dovrai avere abilità avanzate.

⁵Fonte: <https://techterms.com/definition/iframe>

#4

**COSA DEVE
AVERE
UN'AGENZIA**



Cose da sapere prima di iniziare?

Puoi sempre trovare lavoro come libero professionista, ma [creare un'agenzia](#) può stabilire un vero senso di professionalità. Se decidi di farlo, assicurati di avere le basi necessarie per un avvio senza intoppi.

• Identità

Prenditi il tempo necessario quando stabilisci per la prima volta i vari aspetti della tua identità e assicurati che siano distintivi e accattivanti: l'identità che scegli resterà in circolazione per tutta la durata della vita della tua agenzia ed è la tua principale fonte di rappresentanza.

Il tuo logo è ciò che i clienti vedranno ogni volta che visitano il tuo sito Web e accedono al back office della loro app, quindi opta per qualcosa di attraente e con un design che raffiguri il valore che intendi offrire nel tuo prodotto. **L'acquisto di un nome di dominio sarà necessario anche ai fini del sito Web della tua agenzia e del back office dell'app che vedranno i tuoi clienti.**

• Portfolio

Avere una varietà di app specifiche del settore (ristoranti, saloni, chiese, notizie, ecc.) disponibili al pubblico nei Store è un ottimo modo per mostrare il tuo lavoro ai potenziali clienti e costruire la tua credibilità.

Per una presentazione più rapida nelle prime fasi del processo di vendita, crea una raccolta di immagini dei prototipi che mostrano i tuoi progetti, caratteristiche ecc. più interessanti, che possono essere visualizzati sul tuo sito Web e sulle pagine di destinazione.

• Diversi modelli

Essere pronti a gestire la domanda, che potrebbe arrivare rapidamente, richiede la disponibilità di diverse opzioni modificabili. Potresti scoprire che i diversi design che hai creato funzionano bene per determinati settori, quindi avere più modelli pronti all'uso per ristoranti, saloni ecc. può farti risparmiare molto tempo. La clonazione delle app è un ottimo modo per utilizzare il framework di base che hai già creato per il settore corrispondente e concentrarti sull'aggiunta di contenuti e sull'ottimizzazione dei dettagli che costituiscono il vero valore dell'app.

Questi modelli sono molto importanti in quanto faranno parte della tua vetrina. Il nostro consiglio è di scegliere un generatore di app che ti consenta di duplicare le app, così risparmierai molto tempo!

• CRM

Il cuore della tua strategia di vendita: come guadagnare e coltivare i contatti? Come costruire una solida mailing list? Meglio Cercare e contattare manualmente i potenziali clienti o investire denaro in visibilità in modo che vengano direttamente da te?

Una volta che hai i tuoi contatti e anche i tuoi clienti, quali sono i passi da fare per seguirli, assicurarti che stiano ottenendo l'esperienza che si aspettavano e mantenere la loro attività? Esistono diversi strumenti creati esclusivamente allo scopo di aiutare la gestione delle relazioni con i clienti, per garantire che ciascuna parte sia soddisfatta e ottenere il massimo beneficio dall'affare. Alcuni dei nostri strumenti preferiti includono HubSpot, MailChimp e Zoho CRM.

Come stabilire il prezzo delle mie app?

Spesso, la prima cosa che il tuo potenziale cliente ti chiederà quando verrà a conoscenza dei tuoi servizi, è il costo. Come punto di partenza generale, il prezzo per il cliente dovrebbe almeno coprire il costo della tecnologia stessa (in altre parole, il costo dell'abbonamento). Il resto del prezzo dovrebbe riflettere il valore del tuo lavoro, nonché il valore di questo prodotto sul tuo mercato. A seconda di ciò che i concorrenti locali stanno caricando e di ciò che puoi o non puoi offrire rispetto a loro, una scommessa sicura è iniziare stabilendo un prezzo che si collochi nella fascia media rispetto al resto mercato.

La buona notizia è che, se usi un App Builder, il costo dello sviluppo sarà diviso per 20! Usalo come un'opportunità per essere più competitivo di altre agenzie che sviluppano internamente.

Inoltre, ciò che è interessante durante la creazione di app con App builder, è il fatto che più app crei, meno spenderai per una singola app.

Prima di entrare nei dettagli, ecco cosa devi tenere a mente riguardo al tuo valore aggiunto:



 : Quello che fatturate

Detto questo, puoi scegliere diversi modi per addebitare i tuoi servizi:

• **Abbonamento**

I vantaggi dei prezzi basati su un abbonamento sono evidenti dal lato del cliente: non vi è alcun prezzo spaventoso e anticipato e non vi è alcun impegno nel caso in cui non siano soddisfatti. È una scommessa molto più sicura per qualcuno che non è completamente convinto dell'idea di investire in un'app.

Per te può andare in entrambi i modi. Se il cliente rimane almeno oltre il punto di pareggio del costo, i prezzi di un abbonamento tendono a essere più redditizi nel lungo periodo rispetto ad un acquisto singolo. Tuttavia, le relazioni con i clienti di breve durata ti costeranno: chi disdice l'abbonamento dopo pochi mesi non ti aiuterà a recuperare i costi, per non parlare dei profitti, quindi una stima ponderata sulla durata media del cliente ti sarà di grande aiuto nel considerare il prezzo dell'abbonamento.

Per evitare lo scenario del cliente di breve durata, considera l'offerta di abbonamenti scontati che durano più a lungo, come un abbonamento di 6 mesi che include un mese gratuito o una tariffa mensile più economica per i pagamenti con rinnovo automatico. Il tuo cliente sarà felice di risparmiare sui costi, mentre tu avrai un reddito più stabile e garantito.

• **In base al valore**

Un'altra opzione è quella di addebitare il costo ai clienti (in modo forfettario o tramite un abbonamento) in base alle funzionalità e alla manutenzione necessarie per la loro app. Ad esempio, un addebito in base al numero di notifiche push, alla quantità di sezioni, alle funzioni personalizzate che richiedono tempo per lo sviluppo, ecc. Non tutte le app sono uguali, e meriti di essere compensato per quelle più complesse. I clienti che richiedono app semplici apprezzeranno la possibilità di pagare solo per ciò di cui hanno bisogno.

• **Prezzi selettivi**

Ad un certo punto, avrai inevitabilmente a che fare con un cliente che vuole negoziare i prezzi. È bene preparare un piano in anticipo che determini esattamente chi ottiene uno sconto, quanto ottengono e fino a che punto ci si può spingere. I contendenti comuni per gli sconti di solito includono organizzazioni no profit, istituti di istruzione e startup, e spesso, senza un'offerta speciale, non saranno in grado di utilizzare i tuoi servizi. Meno reddito è meglio di nessun reddito, quindi per questi casi preparatevi a proporre un'offerta speciale al fine di evitare di perdere i loro business tutti insieme.

#5

PROVA E PUBBLICA LA TUA APP



Come posso mostrare ai miei clienti un'anteprima delle loro app?

• Anteprima del back office

Il modo più semplice per mostrare l'app ai tuoi clienti è dare loro accesso al back office. Se il tuo cliente vuole essere parte della progettazione, questo è il modo più rapido e semplice per ottenere il suo contributo e approvazione prima di andare avanti col lavoro. Se ti fidi delle loro capacità, puoi anche dare loro i diritti di modificare determinati elementi.

È possibile assegnare diritti di accesso personalizzati per ciascun utente, quindi se una persona sta lavorando all'estetica dell'azienda, potrebbe avere accesso agli aspetti di design, mentre chi si concentra sul marketing potrebbe rimanere nelle aree delle notifiche push e delle statistiche.

• L'app My GoodBarber

Potresti già essere a conoscenza dell'app My GoodBarber, che può essere un'opzione se non stai utilizzando l'opzione white label. Questa app può essere facilmente scaricata e viene utilizzata per visualizzare l'anteprima dell'app mentre viene aggiornata nel back-end. Tuttavia, non tutte le funzionalità sono disponibili per il test in questa versione (ad esempio le notifiche push).

Esistono 2 diverse app GoodBarber per visualizzare in anteprima le app native e la PWA.

- [My GoodBarber App Play Stores](#)
- Per iOS, vai al tuo back office e fai clic su **Pubblica > App iOS > Test**

Segui le istruzioni sulla pagina per scaricare l'app My GoodBarber

• **Versione Adhoc**

Per mostrare la versione della tua app con tutte le sue funzionalità e evitare di visualizzare il marchio GoodBarber, l'opzione ideale è generare la versione AdHoc dell'applicazione ed inviare questo file al tuo cliente. Puoi farlo aggiungendo l'identificatore univoco (UDID, per iOS) del telefono del tuo cliente all'elenco dei dispositivi approvati nel tuo account sviluppatore. Questo file consentirà loro di scaricare l'app direttamente sul proprio dispositivo, dove potranno visualizzarne l'anteprima e testare la versione esatta che apparirà nei negozi.

Questo è un ottimo modo non solo per presentare l'app complessiva, ma anche per mettere in evidenza le funzionalità. Puoi cogliere l'occasione per offrire una demo in tempo reale degli add-on extra che il tuo cliente potrebbe desiderare, come carte fedeltà, beacon e coupon. È molto più facile per un cliente immaginare la redditività di una funzione quando può essere dimostrata in una situazione di vita reale, piuttosto che limitarsi ad ascoltare.

In seguito, quando vengono effettuati degli aggiornamenti che richiedono una rigenerazione e un nuovo invio, tutto ciò che devi fare è inviare nuovamente la versione AdHoc più recente al tuo cliente in modo che possa testare e approvare la nuova versione prima che venga inviata.

• **Test Flight**

Per le app iOS, è anche possibile utilizzare [TestFlight](#), una soluzione fornita da Apple, per invitare fino a 2000 email per testare la tua app prima che venga rilasciata nell'App Store.

Publicazione delle app dei miei clienti

È possibile che il tuo cliente abbia già un'app e degli utenti fedeli. Sarebbe sciocco perderli a causa di un cambio di App Builder. L'idea di questa transizione può sembrare un onere enorme e può scoraggiare i tuoi clienti.

L'altro scenario è che i tuoi clienti non abbiano nessuna app, quindi questa sarebbe la prima versione sugli store. Spiegheremo come procedere secondo questi due scenari.

• Caso n. 1: il mio cliente non ha un'app



Google Play per Android

Come piattaforma aperta, Android offre diverse opzioni per distribuire le app. Anche se esistono altri Store alternativi, Google Play è la piattaforma principale per distribuire un'app Android.

Google Play è una libreria in cui gli utenti navigano e cercano app in base ai loro interessi. Se un utente apre la tua scheda dell'app, ci vorranno solo pochi secondi per decidere se soddisfa le sue necessità. Devi attirare la loro attenzione con la tua inserzione e convincerli a scaricare la tua app.

Il testo per la tua app dovrebbe seguire determinati [criteri](#). Questi sono tutti i dettagli che verranno mostrati ai clienti su Google Play.

Nel Play Store, la descrizione breve è il primo testo che gli utenti vedranno nella pagina dell'app, un testo promozionale. Nella descrizione lunga, descrivi accuratamente la tua app usando le parole chiave giuste per attirare il tuo pubblico e ottimizzare l'ASO. Scegli le caratteristiche grafiche e gli screenshot corretti per rafforzare il tuo marchio e mostrare le migliori funzionalità della tua app.

Una volta completati questi passaggi, puoi caricare il file binario (il file .apk) e seguire la guida sulla tua Google Console per distribuire e pubblicare l'app. L'APK (Android Package Kit) è il formato di file utilizzato dal sistema operativo Android per installare ed eseguire le app. Il file APK contiene tutti gli elementi necessari affinché la tua app funzioni su un dispositivo Android.

Potrebbero essere necessarie alcune ore affinché la tua app sia disponibile sul Play Store.



Se hai sviluppato la tua app con GoodBarber, una guida online dedicata ti guiderà attraverso ogni fase della pubblicazione. E se davvero non vuoi svolgere l'intero processo, «[GoodBarber Takes Care](#)» può fare tutto il lavoro per te e pubblicare la tua app. Un altro vantaggio dell'utilizzo di GoodBarber ;)



Apple Store per iOS

Il processo di invio di un'app all'App Store è leggermente complesso e richiede molta preparazione.

Apple ha fissato standard elevati e rigorosi principi guida per mantenere sicuro questo ecosistema di oltre 2 milioni di app per i suoi utenti e offrire sempre app di alta qualità.

Si consiglia vivamente di leggere le linee guida di [Apple Store Review](#) prima di iniziare la procedura di invio. Infatti, il team di Apple Review esamina ogni app prima di approvarle per il rilascio. La maggior parte dei rifiuti di Apple è dovuta al mancato rispetto delle linee guida principali.

Prima di inviare l'app per la revisione, dovrai fornire una serie di informazioni (Icona, anteprima / schermate dell'app) e metadati (il nome della tua app, la sua categoria, una descrizione dettagliata e parole chiave aggiuntive per ASO).

Non sottovalutare l'importanza della [descrizione](#): la prima frase (le prime 3 righe) è la più importante, perché questa è la parte che gli utenti possono vedere senza dover cliccare per leggere di più. Sii preciso, chiaro e conciso, trasmetti il valore fondamentale della tua app agli utenti.

Il processo di revisione richiede alcuni giorni e Apple ti informerà quando la tua app sarà pubblicamente disponibile sullo Store.



GoodBarber ha messo in atto una revisione per guidarti attraverso il processo di invio senza avere problemi. Durante la revisione, il nostro team iOS effettuerà un esame completo dell'aspetto dell'interfaccia utente e verificherà la conformità con le linee guida Apple. Se la tua app non soddisfa i requisiti dell'App Store, il team di GoodBarber Review ti fornirà dei consigli per aiutarti a migliorarla. Il nostro obiettivo è pubblicare con successo la tua app e faremo del nostro meglio per aiutarti.

• Caso n. 2: il mio cliente ha già un'app negli Store

Negli Store, ogni app ha un identificativo univoco e una firma che autentica il proprietario dell'app. Se passi da un app builder a un altro (o a una nuova versione della tua app codificata da zero), dovrai assegnare al nuovo progetto lo stesso identificativo e la stessa firma di quello precedente. Ecco le cose che devi sapere per Android e iOS:

Android

Per mantenere la stessa applicazione su Google Play, dovrai chiedere al tuo app builder di fornirti il file Keystore, che è il file che contiene la chiave privata (firma) della tua app Android. Solo questo ti dà la libertà di ricostruire la tua app su un'altra piattaforma e di pubblicare la nuova versione come aggiornamento della tua app esistente, senza disturbare gli utenti.

Alcuni generatori di app forniscono i file Keystore mentre altri no. Sfortunatamente, se non sei in grado di ottenere il file Keystore, non hai altra scelta che creare un'app completamente nuova nel Play Store, che i tuoi utenti dovranno scaricare nuovamente.



Su GoodBarber, rilasciamo queste informazioni su richiesta in modo da non bloccarti nel caso in cui le tue esigenze cambino in futuro.

Oltre al file Keystore, le altre informazioni necessarie sono il package name (il nome univoco che identifica la tua app su Google Play e sul tuo dispositivo) e il numero di versione, facilmente reperibile nel tuo account Google Play.

iOS

Tutte le informazioni che devi avere a portata di mano sono il tuo ID app e il numero di versione, disponibili nella scheda Informazioni app del tuo account App Store Connect (precedentemente chiamato iTunes Connect).

Una volta che la nuova versione dell'app sostituisce la tua vecchia app negli Store, l'unica cosa che i tuoi utenti dovranno fare è aggiornare l'app sul proprio dispositivo, proprio come fanno sempre quando vengono rilasciati aggiornamenti per software o app. Verrà visualizzata una notifica non intrusiva che li avverte di ciò.



L'aggiornamento della versione iOS con la nuova app GoodBarber non richiede informazioni esclusive come la versione Android.

Gli account sviluppatore del tuo cliente rispetto ai tuoi

Come visto in precedenza in questa guida, le agenzie spesso si chiedono se dovrebbero utilizzare il proprio account sviluppatore per pubblicare tutte le app dei propri clienti o se dovrebbero richiedere ai propri clienti di acquistare i propri account con i quali verranno pubblicate le singole app. Fino a poco tempo fa, la maggioranza ha optato per la prima opzione e non ha riscontrato problemi con essa, ma alcune recenti revisioni nel mondo della pubblicazione di app stanno spingendo molti a riconsiderare questo approccio.

Apple ha recentemente implementato una nuova linea guida che avverte che le app potrebbero essere rifiutate se il venditore (il nome sotto il quale si trova il tuo account sviluppatore Apple) non corrisponde sufficientemente al marchio dell'app. Ciò significa che se la tua agenzia, «XYZ Apps» utilizza il proprio account sviluppatore per pubblicare l'app del tuo cliente «ABC Restaurant», potresti riscontrare un problema poiché tali marchi non corrispondono. Ciò implica quindi che potrebbe essere saggio iniziare a considerare l'idea di richiedere a ciascun cliente di avere il proprio account sviluppatore, e quindi di darti l'accesso come membro del team in modo da poter svolgere il lavoro necessario all'interno.

Potresti essere titubante nell'aggiungere un costo in più per i tuoi clienti (un extra di 99€ all'anno per essere esatti, e un po' di più se decidi di richiedere anche un account Google Play), ma spiegheremo perché questa non è la fine del mondo e potrebbe persino rivelarsi utile. Ecco alcuni motivi che potrebbero convincerti...

• Trasferimento di proprietà

A volte arriva il momento in cui la relazione tra un'agenzia e il cliente termina, ma il cliente desidera comunque mantenere la propria app senza scomodare i propri utenti. Se l'app è stata pubblicata con gli account sviluppatore dell'agenzia, è necessario effettuare un trasferimento di proprietà. Sebbene sia possibile farlo sia per iOS che per Android, può essere un inconveniente in termini di processo da seguire, nuovi certificati da generare ecc.

Se l'app del tuo cliente è già pubblicata con il suo account sviluppatore, la seccatura di questo possibile, eventuale scenario è già stata evitata e hai risparmiato tempo a te e al tuo cliente.

• Vantaggi per entrambe le parti

I clienti potrebbero non essere elettrizzati all'idea di questa spesa aggiuntiva, ma alla fine è solo un altro costo utile per fare affari, in quanto fornisce ulteriore credibilità e controllo sul loro marchio.

Quanto a te, il branding può andare in entrambi i modi. Avere fantastiche app con il tuo nome negli store è fantastico per costruire il tuo marchio, ma come sai, non hai sempre il controllo sul tipo di contenuto che il tuo cliente vuole includere, il che può anche farti cadere. Sapevi che una mossa falsa in Google Play può far sì che non venga cancellata dallo store solo l'app colpevole, ma anche tutte le altre app presenti nel tuo account (ovvero tutte le app degli altri tuoi clienti che non avevano nulla a che fare con questa colpa)? Questa è una situazione piuttosto difficile da cui riemergere; proteggere il tuo marchio da situazioni come questa è sicuramente un motivo utile per considerare la pubblicazione con account separati.

#6

COME POSSO INIZIARE?



Scegli un App Builder abbastanza sicuro del suo prodotto da permetterti di provarlo gratuitamente con una dashboard Reseller.

Usa questo intervallo di tempo per:

- Scoprire come funziona
- Provare tutte le funzionalità
- Creare il tuo portfolio



Prova Goodbarber

Ti consigliamo di iniziare ad utilizzare la nostra dashboard Reseller, il periodo di prova dura **30 giorni**. Durante questo periodo avrai **pieno accesso a tutte le funzionalità della piattaforma**, ad eccezione della pubblicazione delle tue app.

Inizia a testare la dashboard:

[CREA UN ACCOUNT DI PROVA GRATUITO](#)

Contattaci !



Jérôme Granados

granados@goodbarber.com

CMO

©2025 GoodBarber
made with ❤️ in Corsica