Dalle criptovalute all’ASMR: che cosa si cerca sull’App Store

Rubrica settimanale **SosTech**, frutto della collaborazione tra **Key4biz** e **SosTariffe**. Per consultare gli articoli precedenti, **clicca qui**.
Si sa che **le parole più cercate su Google** di una determinata nazione costituiscono un ritratto abbastanza accurato dello *zeitgeist*: basta guardare quelle relative all’Italia dell’anno scorso (da “Europei” a “Maneskin”, da “Green Pass” a “Spid”, da “Mario Draghi” a “Come fare la pizza in casa”, da “Raffaella Carrà” a “Matteo Berrettini”) per rendersi conto dell’andazzo di un Paese fiero dei suoi successi sportivi e musicali, ancora comprensibilmente con la vita sconvolta dal Covid e relative restrizioni, triste per la scomparsa di personaggi iconici – e disperato nel tentativo di registrarsi, o far funzionare, la famigerata **identità digitale**. Non bisogna essere dotati di chissà quali virtù profetiche per capire che purtroppo, quest’anno, gran parte delle keyword invece riguarderanno la guerra e relative paure; ma, perché no, anche i vari cloni di **Wordle**, il gioco-mania a metà tra **Stratego** e **Scarabeo** del New York Times che ha conquistato tutti, diventando un appuntamento irrinunciabile nella *routine* del mattino di molti.

Una sottosezione di questa indagine riguarda però l’**economia mobile**: le parole più cercate all’interno degli **store** di app di **smartphone** e **tablet**, che, pur in un ecosistema ovviamente più ristretto, può comunque dare un’idea dell’evoluzione di ciò che muove oggi **Internet mobile**, sempre più al centro delle nostre vite man mano che il suo prezzo cala (su SOSTariffe.it sono disponibili i confronti per vedere le offerte più convenienti al momento). È ciò che ha fatto **data.ai**, in una sua recente ricerca sulle parole più cercate nell’App Store

iOS in 15 nazioni, Italia esclusa, per il 2021 (Australia, Brasile, Canada, Cina, Francia, Germania, India, Indonesia, Giappone, Messico, Russia, Corea del Sud, Turchia, Regno Unito, USA).

Ricerche sull’App store: a che cosa serve conoscere le keyword

Questo dato non serve ovviamente solo a capire che cosa sia di moda in un determinato momento, cioè per scopi soltanto di costume: è oro per chi opera in questo mercato, visto che può avere a disposizione un quadro piuttosto preciso dei *trend*dell’economia mobile senza investire nulla in ricerche di mercato, e quindi scoprire i filoni più promettenti se si

vuole, ad esempio, **lanciare una nuova app** – a meno che l'idea di partenza non sia così forte da non avere bisogno di ricollegarsi ad alcuna mania momentanea, perché sarà essa stessa a diventarlo. Non facile, molto poco programmabile: e non è detto che non si possa comunque arricchire un **prodotto già forte** con delle funzionalità che sembrano particolarmente apprezzate. Ad esempio, se hanno successo giochi con una forte componente **social**, implementata attraverso una chat *in-game*, perché non fare lo stesso col proprio prodotto, aggiungendo senza eccessivi investimenti un'interfaccia che permetta ai giocatori di parlare tra di loro? Se a essere in cima alle classifiche sono soprattutto applicativi che, invece di avere un costo relativamente alto *una tantum*per il loro acquisto, prevedono un sistema basato sulle **microtransazioni** dentro l'app, perché non ripensare il modello economico su cui ci baseremo per lanciare il nostro prodotto? Insomma: le curiosità e le ricerche degli utenti sono dati preziosi e rivelatori, nelle mani giuste.

Alla ricerca di lavoro e di relax? È il 2021

Quali sono, quindi, le parole più cercate sull'App Store nel 2021, divise per categoria? Ad esempio, per il settore **business**, hanno ancora dominato le app di videoconferenza: **Zoom** è al primo posto in Indonesia, Giappone, Messico, Russia, Corea del Sud e Stati Uniti, e ben piazzata in quasi tutti gli altri Paesi (con l'eccezione della Cina, che, come di consueto, ha le sue app); un po' meno ricercate **Teams** e **Meet**, mentre sempre in buone posizioni ci sono le parole riguardo ad app per cercare lavoro, o per pubblicizzare il proprio, come **LinkedIn**, **Indeed**, ma anche **vagas de emprego** o **jobs**. Non indifferente lo spazio riservato a **pdf** e alle modalità per la **scansione** di un documento e la sua digitalizzazione (**scanner**, **cam scanner**, **pdf scanner** e via discorrendo).

Per quanto riguarda invece il fitness, cominciano le sorprese: la parola più ricercata in Australia, Brasile, Canada, Messico è **asmr**, che sta per *autonomous sensory meridian response*, la sensazione di rilassamento suscitata da alcuni stimoli visivi, uditivi, tattili: si tratta di una branca di intrattenimento popolare soprattutto su **YouTube** e **Twitch** (ma ci sono anche numerosi podcast sull'argomento) che, pur se la disciplina non è considerata effettivamente **psicoterapia**, a causa della mancanza di studi scientifici sull'argomento, genera **milioni** di visualizzazioni e di conseguenza di profitti, con vere e proprie star dell'ASMR che sussurrano per dieci minuti oppure fanno sentire suoni particolarmente rilassanti. E che ci sia bisogno di relax un po' per tutti si può vedere anche dalle altre keyword più ricercate: **Calm** – inteso sia come stato mentale, ma anche come app di *mindfulness* di successo

planetario –, **white noise** (il “rumor bianco” che pare sia ideale per rilassarsi e concentrarsi), **meditation** si accompagnano alle mille varianti di fitness e corsa, ambito in cui trionfano soprattutto le proposte di **Strava** e di **Nike**.

Aggrappati al Bitcoin

E poi c’è la finanza, dove le parole più gettonate sono **PayPal** (al primo posto in Francia, Germania, Giappone, Regno Unito, dimostrazione ulteriore della predominanza sempre più innegabile degli **acquisti online**), **Google Pay** e – naturalmente – **bitcoin**, che si accompagnano alle ricerche dedicate agli specifici applicativi della propria banca. Negli USA spiccano anche **Cash App**, al primo posto, il sistema di pagamento e di

trasferimento di denaro via cellulare al momento disponibile solo negli Stati Uniti e nel Regno Unito (ma che a giudicare dal successo presto si farà sentire anche da noi), e **Robinhood**, l'applicazione per il trading che è stata al centro del clamoroso caso delle azioni **Gamestop** (e che si è vista appioppare una multa da quasi 70 milioni di dollari dalla FINRA, l'autorità statunitense che regola i servizi finanziari). Oltre alle app dedicate alle criptovalute (con nomi come **Binance**, **Coinbase**, l'australiana **Coinspot**) si affacciano anche i nuovi nomi del tech, come **Revolut** che è nella top 10 sia nel Regno Unito (peraltro uno dei Paesi che fa registrare i risultati più lusinghieri per Bitcoin, Ethereum e soci) che in Francia (molto più conservativa, visto che a essere sono soprattutto le app per l'home banking e la gestione del patrimonio).

https://www.key4biz.it/dalle-criptovalute-allasmr-che-cosa-si-cerca-sullapp-store/396468/