

Обзорная экскурсия по Google Play и App Store

И как жить, если вы все-таки сделали
приложение

product^odegree

«Если можешь не делать мобильное
приложение — не делай»,
— А.П. Чехов



Зачем нужны платформы – Google и Apple

- **Дистрибуция**
- Стандарты дизайна и навигации
- Обработка покупок
- Безопасность
- Принуждение к развитию
- Больше ресурсов смартфона

Ограничения платформ

- Разработчики х2
- Дизайн х2
- Модерация
- Установка – лишний порог
- Разделение доходов
- Стоимость привлечения
- “Детские болезни” веба
- Юридические ограничения
- Постоянный риск изменения условий работы с платформой

**«А если делаете – делаете
нативные», – Л.Н. Толстой**

Нативные приложения разрабатываются на языке платформы (и на MacBook).

Гибридные приложения разрабатываются при помощи HTML, CSS и JavaScript – то есть теми же технологиями, что и сайты.

Если ваше приложение можно сделать гибридным без потери качества – возможно, стоит обойтись сайтом.

**«Web будет свободным!»,
— С.С. Кузьменко**

Платформенная диктатура не навсегда. Что может произойти в ближайшем будущем:

- Instant Apps
- Более лучшие браузеры
- Мессенджеры и новые экосистемы
- Контекстное взаимодействие

Базовые требования к приложению при модерации

- Не падает
- Не нарушает авторские права
- Не порно
- Не склоняет к проституции, гемблингу, употреблению алкоголя и наркотиков
- Не повторяет существующие приложения
- Не имитирует магазин приложений
- Враги не могут быть черными
- Делает строго то, что в описании
- Спрашивает разрешения
- Правильно использует покупки
- Контролирует UGC

Перед релизом

- Тестируйте — тестируйте — тестируйте
- Приготовьте человеческое описание изменений.
На всех языках
- Обновите описание приложения, если требуется
- Проверьте, что обновление соответствует скриншотам
- Убедитесь, что активны все нужны страны для распространения
- А на часах работает?

Все это должно быть сделано не в день релиза!

Помните!

App Store работает с премодерацией и ограничивает разработчиков превентивно. Время прохождения – 2-3 дня.

Google Play работает с постмодерацией и реагирует на жалобы. Время прохождения – 3-12 часов.

80% пользователей iOS-приложений обновляются на новую версию в течение первых двух суток. Полное обновление пользователей Android занимает месяцы.

Монетизация мобильных приложений

Как зарабатывать на приложениях и не сгореть
от стыда

product^odegree

Бизнес-модели

Premium — платные

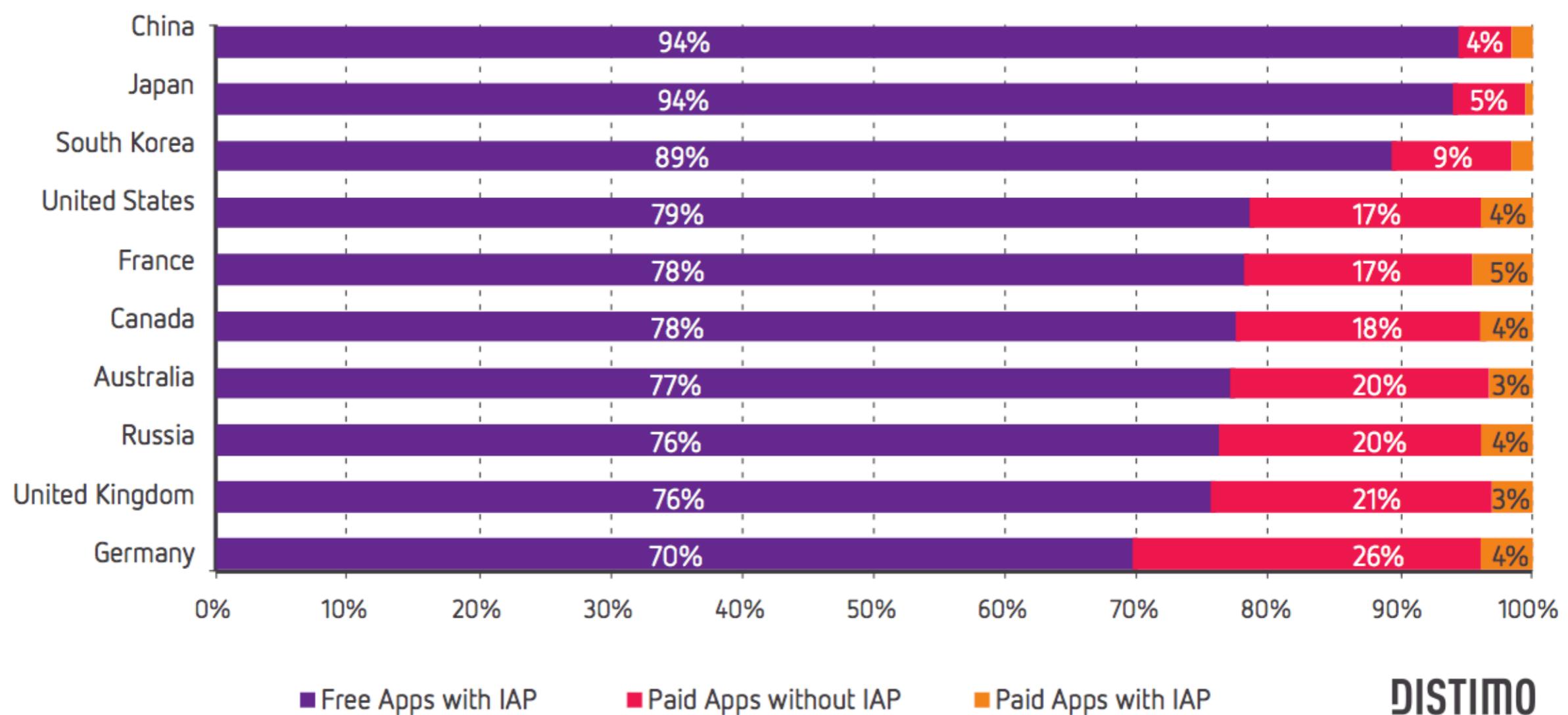
Freemium — бесплатные, но со встроенными
покупками

Free — бесплатные, но с перепродажей
пользователей

Бизнес-модели

Revenue Share per Business Model

Apple App Store - January 2014



DISTIMO

■ Free Apps with IAP

■ Paid Apps without IAP

■ Paid Apps with IAP

DISTIMO

Freemium

Базовая функциональность продукта доступна бесплатно. Разработчик зарабатывает на дополнительных сервисах.

- Возобновляемые покупки. Патроны или здоровье
- Одноразовые покупки. Путеводители или новые уровни
- Невозобновляемые подписки. Трансляции матчей на сезон
- Возобновляемые подписки. Газеты, Netflix, Apple Music

Free

Бесплатных приложений не бывает. Кто-то всегда платит, например:

- Инвестор
- Рекламодатель
- Спонсор

Реклама. Модели

Чем больше ответственности (и рисков) за результаты рекламы берет на себя изатель (приложения) – тем дороже реклама.

- CPM – cost per mille, оплата за тысячу показов
- CPC – cost per click, оплата за клик
- CPI – cost per install, оплата за установку
- CPA – cost per action, оплата действия пользователя
- CPV – cost per view, используется для видео

Реклама. Форматы

- Нативные – реклама, мимикрирующая под интерфейс продукта.
- Полнозеркальные – самый неприятный формат, прерывающий UX
- Баннеры – маленькие мерзкие полоски посреди экрана
- Кастомные рекламные интеграции, требующие сейлзов, дизайнеров, разработчиков

Ищите начало и конец пользовательского сценария, чтобы показать рекламу.

Реклама. Форматы

78 % 16:29

Матчи

27 вс 28 пн 29 вт 30ср 1 чт 2 пт 3 сб

Избранное

ЦСКА - Оренбург 19 : 30

Россия. Премьер-лига - Не начался

МИРОВОЙ ФУТБОЛ В ОДНОМ ПРИЛОЖЕНИИ!

Arsenal FC BAYERN MUNCH MANCHESTER UNITED FCB Real Madrid

УСТАНОВИТЬ

Россия. Премьер-лига

Не начался Урал - Ростов 17 : 00

Ростов - Ростов 17 : 00

78 % 16:30

Матч

Краснодар - Зенит 2 : 1

матч завершен

Краснодар - Зенит

Россия. Премьер-лига
Стадион стадион Краснодар
Судья Алексей Николаев
27 ноября, 19:00 - Матч ТВ

90 Марат Измайлов | 86 Артем Дзюба

90 Торнике Окриашвили

40% | 12% | 48%

TablePin Установить ЗАГРУЗИТЕ НА Google play

Статистика Еще >

СТАТИСТИКА Еще >

от 990 р.
1590 р.

Уборка по цене двух билетов в к...

Встречайте Qlean.Lite - базовая уборка квартиры всего от 990 рублей. Новый доступный...

Подробнее?

Да

Нет

Реклама. Форматы

Формат	eCPM	Fillrate, %
Нативные	\$0,3	50%
Полноэкранные	\$1,5	80%
Баннеры	\$0,01	95%
Видео	\$1,5	15%

Реклама. Прогнозируем доходы

10 000 уникальных пользователей в месяц

10 сессий на каждого

1 сессия = 10 экранов

1 экран = 1 показ рекламы

1000 показов рекламы = \$0,30

Сколько заработает издатель?

Реклама



AppFollow BOT 1:24 PM

Sports.ru - новости спорта

Google Play, [Sports.ru](#)

★★★★★ Russian (Updated)

Коммерция завоёвывает приложения, а значит актуальны лишь старые версии, ещё не испоганенные деньгами. Так же и со Спортсом, не обновляюсь уже давно - там полностью вырезана реклама.

Удаляю говнище



AppFollow: Review & Updates Monitor BOT 10:14 PM

Real Live – Scores & News for Real Madrid Fans

App Store, Tribune Mobile OOO

★★★☆☆ Ukraine

Good

За вечные попапы рекламы -2 звезды.



AppFollow: Review & Updates Monitor BOT 10:54 PM

MU Live – Manchester Utd News

Google Play, Tribune Mobile LLC

★★☆☆☆ Russian

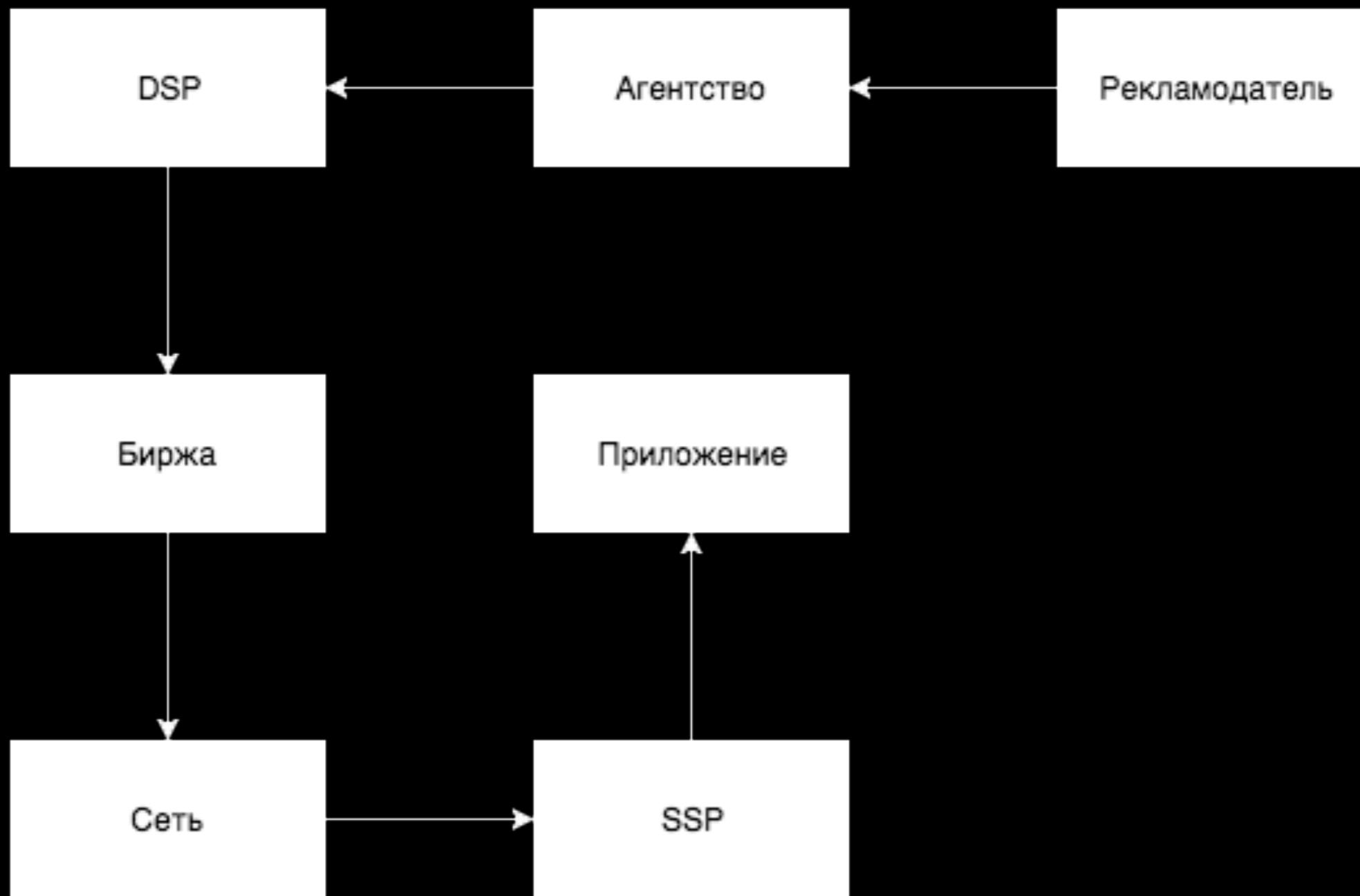
За рекламу

-4

Реклама. Участники процесса

- Покупатель (рекламодатель)
- Рекламное агентство
- Интерфейс покупки (DSP – demand-side platform)
- Рекламная сеть
- Биржа (Ad Exchange)
- Интерфейс продажи (SSP – supply-side platform)
- Продавец (приложение)

Реклама. Участники процесса



Реклама. Programmatic

Автоматизированная покупка и продажа рекламы с использованием RTB.

RTB – real-time bidding, то есть аукцион среди рекламодателей за ваш инвентарь в реальном времени.

Programmatic создавался для сокращения участников цепочки, но сделал все только хуже.

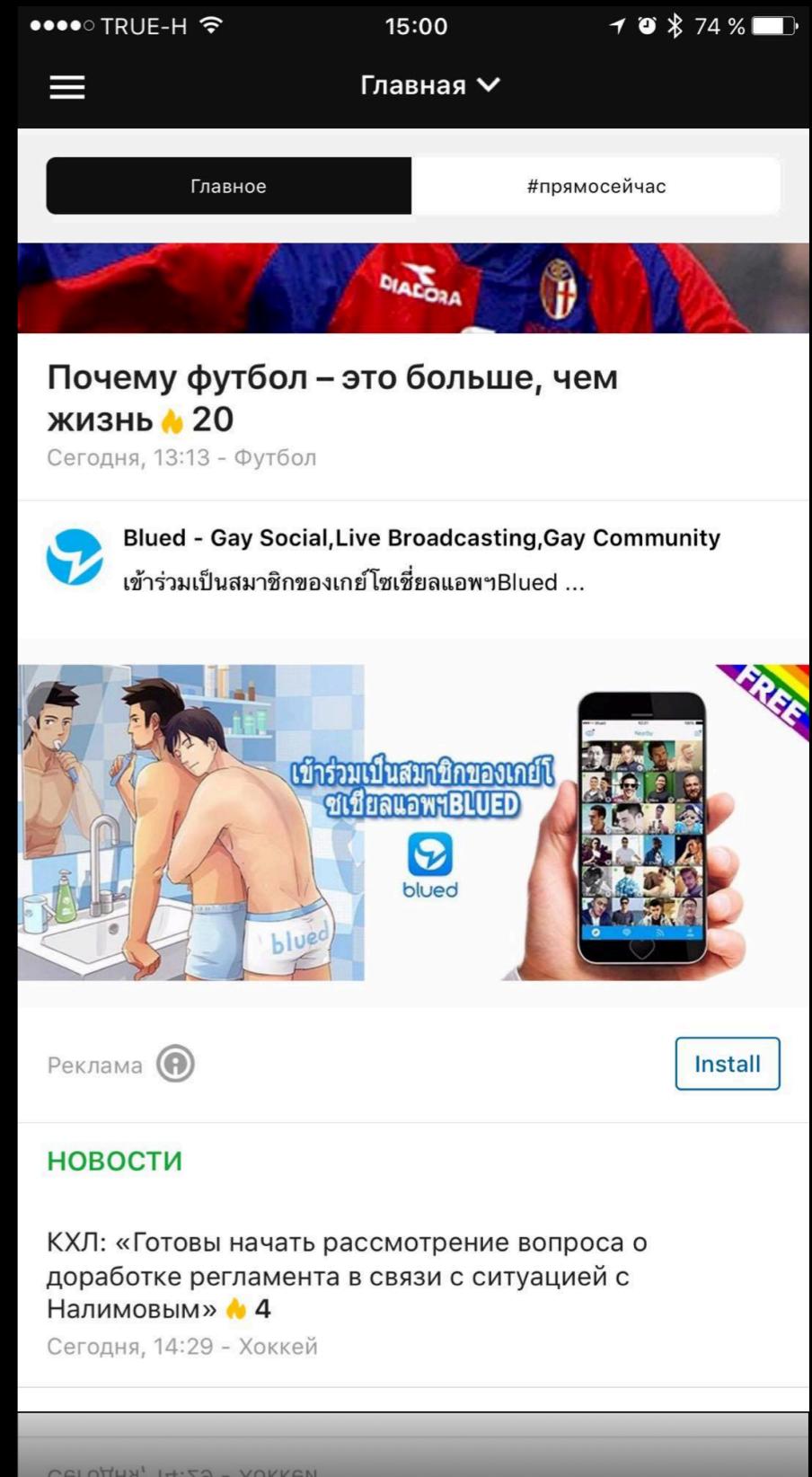
Реклама. Как зарабатывать больше

Стоимость рекламы зависит от эффективности, эффективность зависит от таргетинга. Чем больше данных о пользователе знает рекламодатель, тем точнее его реклама. Например:

- Рекламный идентификатор пользователя (Google AdID и iOS IDFA)
- Информация об устройстве (производитель, модель, оператор, разрешение)
- Локация
- Тип соединения

Реклама. Как зарабатывать больше

Рекламный идентификатор – анонимный набор данных о пользователе, включающий пол, возраст, интересы и информацию о посещаемых сайтах и приложениях.



Если можете не делать мобильное
приложение – не делайте.

Если сделали и можете не
использовать рекламу – не
используйте.