## **1. Люди все больше пользуются мобильным интернетом**

С каждым годом увеличивается разрыв между трафиком с десктопных и мобильных устройств. Например, в 2018 году американцы проводили в среднем 3.6 часов в мобильном (что уже в 12 раз больше, чем показатель 2008 года) и всего 2 часа в день с компьютера (этот показатель стабилен).

*Соответственно, для любого стартапа критически важно адаптировать сайт и приложение под мобайл. Также, это касается визуального контента, который создается от имени бренда.*

## **2. Почти 90% времени люди проводят в приложениях**

Кроме того, что люди все больше времени проводят в телефонах, растет разрыв между использованием мобильных браузеров и приложений. Судя по прогнозу eMarketer, в ближайшем будущем люди будут использовать мобильное устройство по 4 часа в день, а 88% этого времени будет занимать активность в приложениях.

*Этот факт подтверждает то, что создавая компанию, предстоит не просто создать сайт, но и разработать адаптивное приложение. Иначе, вы потеряете до 88% потенциального трафика.*

## **3. По итогам первого полугодия 2020, в Google Play было доступно к скачиванию почти 3 млн. приложений; а в Apple App Store — около 4,4 млн. позиций**

По состоянию на июнь 2020 года, в Google Play было опубликовано 2,96 млн. мобильных утилит.

*Интересный факт: несмотря на то, что операционная система Android лидировала на мировом рынке, конкуренция здесь намного меньше, чем в Apple App Store.*

По состоянию на июль 2020 года, в Apple App Store было опубликовано 4,37 млн. приложений. По данным Statista, на каждые четыре неигровых позиции для iOS, публикуется одна игра.

## **4. В среднем, каждый месяц в Google Play выпускается более 100 000 новых приложений , а в в Apple App Store — более 30 000**

Несмотря на то, что для Android представлено сравнительно меньше программ, новые позиции публикуются в три раза быстрее, чем для iOS. Каждый месяц в Google Play появляется более 100 000 новых приложений.

Новые приложения для iOS запускают реже, чем для Android. Это может быть связано с тем, что работать с Google Play Store проще, разработчиков для Android больше, а стоимость их труда ниже. Также, имеет вес тот факт, что пользователей Android больше, но далеко не каждому бизнесу стоит ориентироваться на этот показатель.

*В идеале — бизнесу стоит создать утилиту для двух платформ. Так получится охватить как более многочисленную аудиторию Android, так и более платежеспособных пользователей iOS.*

## **5. В 2020 году потребители загрузили свыше 204 млрд. приложений**

Количество загрузок приложений постоянно растет. Например, в 2020 году по всему миру скачали больше чем 204 млрд. приложений (без учета повторных установок и обновлений), а это на 45% больше чем в 2016 году.

## **6. В США снижается среднее количество загружаемых приложений на человека**

Хотя глобальный показатель загрузок мобильных приложений растет, в США эти цифры стабилизируются. Например, в первом квартале 2019 года, две трети пользователей смартфонов заявили, что ничего не загружали в течении месяца.

*Основной вывод этого факта в том, что не стоит создавать приложение для галочки. Учитывайте, что важно изначально создавать качественный и востребованный продукт, ведь переманивать пользователей у конкурентов, которые начали продвигать свое приложение раньше, будет очень непросто.*

## **7. У большинства установлено свыше 10 приложений**

По данным конца 2019 года, почти три четверти респондентов заявили, что на их телефонах установлено не менее 11-ти приложений (без учета предустановленных). Несмотря на то что тенденция загрузок новых программ стабилизируется, о чем мы говорили в прошлом пункте, пользователи все еще готовы скачивать новинки.

*Вот только загрузка — это сомнительный показатель успеха. По сути, от приложения нет никакого толку, если оно не используется и не открывается, а со временем его удалят.*

## **8. Главная причина удалений приложений заключается в том, что его не используют**

Очевидно, что главная причина удалений приложений заключается в том, что его не используют. Разработчикам стоит сосредоточиться и найти ответ на вопрос «почему программу не используют». Среди других причин чистки телефона:

1. Нехватка места на накопителе;
2. Рекламный спам;
3. Надоедливые уведомления.

*По итогу, все причины удалений говорят о плохом пользовательском опыте и если у вашей разработки проблемы с UX — это увеличивает риск отказа от приложения.*

## **9. Бренд Google занял ТОП 1 позицию на рынке MobileApp по количеству приложений**

За счет таких утилит как Maps, Hangouts, YouTube и т.д., корпорация Google завоевала ТОП 1 позицию по количеству приложений на рынке. Как в Play Market, так и в Apple App Store, их разработками пользуется практически каждый телефона.

*Google создают и покупают новые проекты чтобы увеличить свою значимость на рынке и укрепить доверие пользователей к их бренду. Это отличный бизнес-ход.*

## **10. Facebook Messenger стал мировым лидером по количеству загрузок, а у WhatsApp самые активные пользователи**

Пусть бренд Google владеет количественным большинством приложений на рынке, но 4 из 5 самых загружаемых и часто используемых программ владеет Facebook.

*Стоит отметить, что весь ТОП 5 приложений — это социальные сети и мессенджеры, что согласуется с отчетом по популярности разных категорий.*

## **11. Более 20% всех мобильных приложений в Apple App Store — игровые**

## Самая популярная категория среди разработчиков в Apple App Store — это игры. К ним относится почти 25% всех мобильных приложений. На втором месте по популярности — бизнес-ниша, но таких продуктов в два раза меньше.

*Индустрия мобильного гейминга развивается очень стремительно, но запуская новую игру для iOS, готовьтесь к очень жесткой конкуренции.*

## **12. Игры скачивают только 66% пользователей смартфонов**

Несмотря на то, что геймдев очень активно развивается, а игр на рынке ощутимо больше, их скачивает только 66% от общей аудитории. При этом, свыше 95% всех пользователей загружают коммуникационные приложения, веб-браузеры и т.д.

## **13. Люди проводят 50% времени в социальных сетях и мессенджерах**

Кроме того, что приложения социальных сетей чаще всего загружают, люди тратят на них большую часть своего времени — свыше 50% от общего использования телефона. На втором месте по востребованности находятся медиа-продукты, например Netflix и TikTok. На них приходится 21% от общего числа.

*Судя по данным App Annie, постепенно стираются границы между социальными и развлекательными приложениями, так как новые поколения приходят в них с аналогичными целями.*

## **14. Музыкальные приложения запускаются чаще, чем позиции из любой другой категории**

Хотя пользователи проводят большую часть своего времени в социальных сетях и мессенджерах, они регулярно пользуются другими программами. Если вывести общий итог по «нетипичным» предпочтениям, среди аудитории востребованы музыкальные приложения — в среднем, их запускают по 2-3 раза в день.

## **15. Почти 70% миллениалов нужен функционал для общения в приложении**

Самыми технически подкованными социальными группами являются миллениалы и поколение Z. У последних, в 2020-х годах будет активно расти покупательская способность. У 69% этой целевой аудитории в приоритете социальные приложения, а на втором месте (55%) — коммуникационные. Эта статистика показывает, что современные люди больше заинтересованы в технологизации процесса общения.

*Если основная часть вашей аудитории — люди от 18 до 35, продумайте как можно включить в свой продукт функционал для общения. Угодив потребности пользоавтелей, вам будет проще добиться их лояльности.*

## **16. 21% миллениалов открывают приложения более 50 раз в день**

## Миллениалы пользуются приложениями заметно чаще, чем другие возрастные группы аудитории. Объективно говоря, они не выпускают телефон из рук.

Обычное утро такого человека — это проснуться, проверить социальные сети, мессенджеры, электронную почту и посмотреть погоду. Добраться до показателя свыше 50 запусков не так уж сложно, если учесть что многие приложения открывают по несколько раз в день.

*Создав удобное, функциональное, востребованное приложение которое соответствует современным трендам UI и UX дизайна, вы получите больше шансов увлечь пользователей, добиться их доверия, лояльности и привязанности к бренду. Такая аудитория будет снова и снова возвращаться к вам.*

## **17. Поколение Z проводит 71% своего времени в цифровых медиа**

## Пользователи в возрасте от 13 до 24 лет — это самая активная аудитория мобильных приложений. Поколение Z занимает первое место по количеству сеансов и общему времени, проведенному в неигровых мобильных приложениях.

*Прогнозируют, что эта возрастная группа превзойдет миллениалов в плане технологичности. Если стартап охватывает людей из этой категории — у него отличные перспективы для достижения успеха.*

Наконец, общие выводы об аудитории MobileApp сделаны и теперь мы расскажем о финансовом аспекте этой индустрии

## **18. Практически все приложения на рынке MobileApp бесплатные**

На рынке доминируют бесплатные приложения. По-видимому, самые эффективные стратегии ценообразования для большинства — это free (бесплатно) и freemium (плата за премиум версию продукта). У таких программ, очевидно, больше возможностей стать популярными. Например, в Apple App Store, бесплатные утилиты составляют примерно 92% от общего количества.

96% приложений в Google Play также бесплатны. Многие компании монетизируются за счет рекламы, спонсорства (донатов), внедрения внутреннего маркетплейса и партнерских ссылок.

## **19. В 2020 доход индустрии мобильных приложений достиг $581,9 млрд.**

## Если вы все еще размышляете на тему «рентабельно ли входить в нишу MobileApp», то сомневаться не стоит. Индустрия приложений растет, как и ее доходы. Если эта тенденция не изменится, выручка индустрии в 2023 достигнет почти $1 триллиона.

## **20. Аудитория Apple App Store более платежеспособная**

## Если ваш приоритет — это максимизация доходов, то первичный запуск приложения стоит провести в Apple App Store. По исследованиям Sensor Tower, приложения для iOS приносят объективно больше денег, чем утилиты для Android.

## **21. Практически весь доход неигровых приложений зависит от подписчиков**

В США больше всего прибыли приложения получают от подписчиков. Например, в 2019 году, в Apple App Store «по подписке» приложения получили около 97% от своих доходов; в Google Play — этот показатель немного ниже — 91%.

## **22. Потребители тратят больше денег в видео-приложениях**

По состоянию на 2019 год, четыре из пяти лучших неигровых приложений по потребительским расходам — это программы, связанные с видео-контентом. Популярность этого формата только растет, а видео-приложения приносят значительную часть от общего дохода индустрии.