



Programação Mobile

Professor Nelson Glauber Vasconcelos Leal

ADS05NB

Atividade de Síntese:

Making Money on



Google play

Equipe

Alex Camaroti

Antônio Carlos G. Ferreira

Rômulo Jaguaribe do N. Pereira

Palestrantes

Ibrahim Elbouchikhi

Bob Meese

Ao assistirmos o vídeo *“Making Money on Google Play”*, podemos observar o grande potencial mercadológico que podemos atingir se usarmos as ferramentas e estratégias corretas.

O desenvolvedor não pode pensar em entregar um software sem observar pontos importantes que devem ser explorados. Um desses pontos é a internacionalização. Como é sabido, a Google Play está disponível em diversos países, com diferentes idiomas e culturas. Sendo assim, torna-se essencial que o usuário tenha a opção de poder optar pela mudança da língua dos aplicativos / jogos desenvolvidos, tendo em vista que nem todos os usuários do Android e possíveis compradores de outros países conhecem, tampouco dominam a língua original usada pelo desenvolvedor.

Dados

Os aplicativos tiveram uma receita 7x maior do que o último ano. Um crescimento maior do que outras indústrias, empresas ou até mesmo países. E isto graças aos esforços de todos que tem desenvolvido para a plataforma Android. Os usuários estão satisfeitos, engajados e dispostos a pagar pelos aplicativos.

Omotenashi é uma palavra usada pelos parceiros japoneses que significa hospitalidade, uma relação de convidado e anfitrião. E este conceito que o in-App representa, que é levar os usuários a ficarem satisfeitos com os aplicativos, deixá-los bem envolvidos com os aplicativos, antes de se preocupar com as questões financeiras. O importante é se preocupar de como é a experiência do usuário, e se essa experiência for boa o dinheiro seguirá.

O Conceito de assinatura de aplicativos foi lançada a cerca de 12 atrás, e desde o lançamento o número de assinantes tem duplicado a cada 3 meses. Para as assinaturas existe um grande obstáculo, porque os assinantes tem que perceber o valor daquilo para continuar investindo e renovando as assinaturas. Mas apesar disto se tem visto que muitos usuários tem ido a esta direção. E isto por causa dos aplicativos e seus conteúdos que tem sido criados para os usuários. E um exemplo é o aplicativo Pandora que é basicamente baseado em assinaturas.

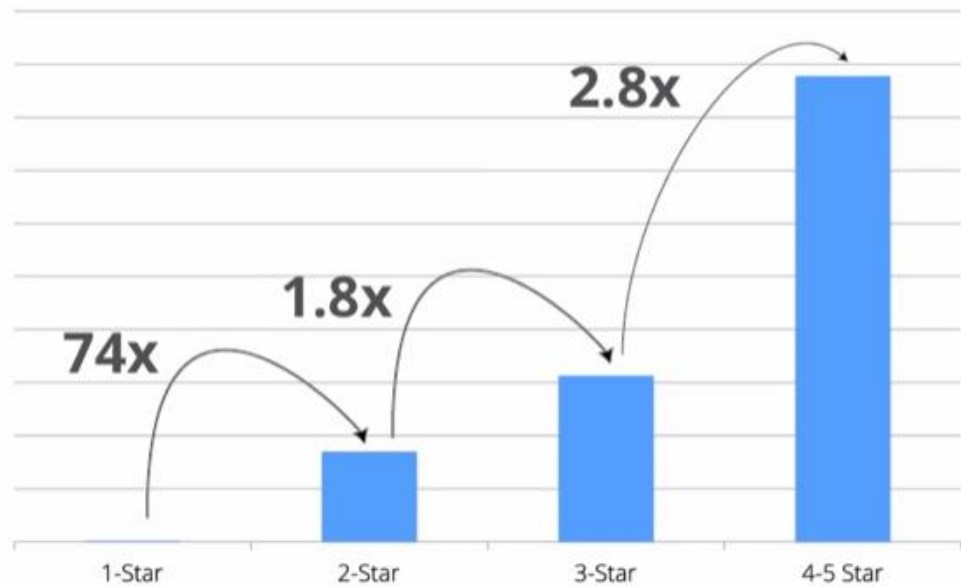
-O Android é uma plataforma global, e o Google play também. É um negócio com compradores em cerca de 134 mercados internacionais. E assim que um aplicativo é disponibilizado para venda ele estará disponível em todos esses mercados, de forma fácil e eficiente. Independente se é um desenvolvedor ou uma empresa de desenvolvimento.

It is a Global Business



Os tablets tem tido um papel importante nos últimos 12 meses. E por isso a Google tem sugerido que os desenvolvedores levem em consideração a otimização dos aplicativos para Tablets, e normalmente a resposta gira em torno dos custos para essas otimizações. E o que mostramos é que as vendas (app) feitas de tablets tem rendido 1.7x comparado com telefones, por isso o investimento feito tem sido bem recompensado.

- Outra métrica, revela que as versões mais atuais da plataforma, rendem 2.2x mais que versões anteriores. Por isso aproveitando os recursos das novas versões, que seja: Google+ sign-in, ou todas as novas APIs que foram lançadas. Tudo isto tem tido um impacto considerado com relação as receitas.
- Os aplicativos mais bem classificados, rendem mais. Então responder a revisões feitas pelos usuários, correção de bugs, um bom suporte tudo isso tem um impacto na sua receita.



A Google tem mais que dobrado a média das receitas por usuários. 900 milhões de dispositivos.

Today, **ARPU** is **2.5x**
what it was **1 year** ago



1- Update dos produtos

- A missão da Google é fazer com que os seus Desenvolvedores possam obter o máximo de receita enquanto propicia a melhor experiência ao usuário. Tentando proporcionar o aumento das vendas e reduzindo os custos.

O que impulsiona as suas vendas?

- a. A primeira, a quantidade de dispositivos disponíveis que você quer atingir.
- b. A segunda é quais são os seus mercados alvos. – Pode ser que se as vendas estejam crescendo rapidamente em uma determinada região e os

desenvolvedores não estejam acompanhando isso, eles acabam não se beneficiando disto.

c. a terceira está relacionada a qualidade dos aplicativos. Como vimos, se você for de 3 estrela para 4 estrelas você pode triplicar sua receita.

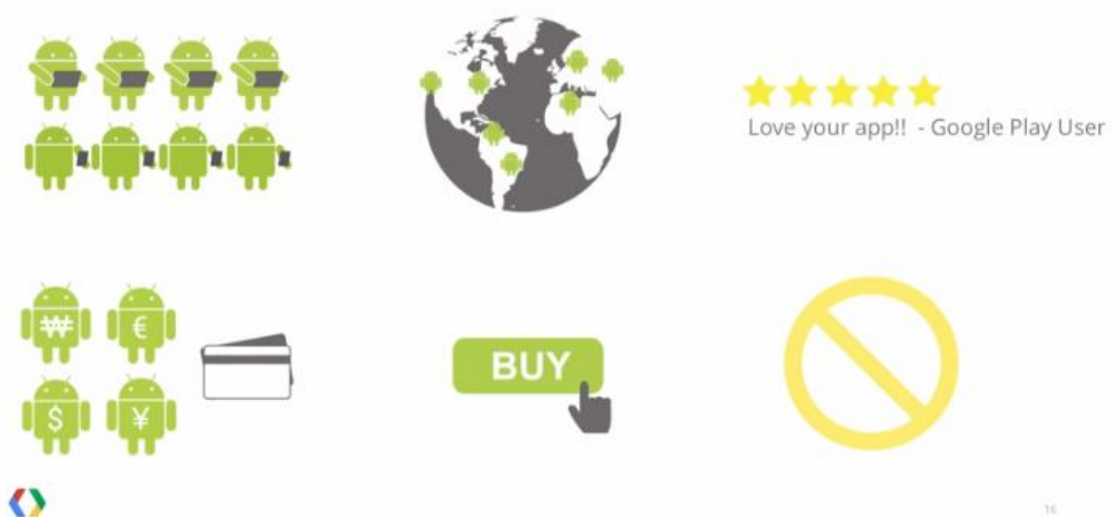
d. o quarto aspecto é com relação a quantidade de compradores que a Google tem? Quantos Cartões de créditos que se tem no sistema? Quantas contas de usuários vinculadas com empresas de telefonia se tem?

e. E sobre a experiência de compras no Google play, quanto tranqüila ela é? E tudo isso tem um impacto nas suas vendas.

f. Se caso exista cancelamentos por causa de uma insatisfatória experiência.

Tudo isso influencia as vendas.

Sales



- **em termos de Custos**, foi levantada 3 questões. Em termos de otimizar aplicativos para tablets, ou adotar os recursos para novas plataformas.

a. A forma de como os aplicativos foram criados estão funcionando? Vocês teriam que ter uma gerencia de qualidade efetiva. Toda a estrutura de um escritório para gerenciar tudo isso.

b. Com relação ao custo de aquisição, marketing, instalações pagas, qualquer coisa relacionada a isto.

c. Os custos para manter o suporte aos aplicativos.

Costs



Então devido a todos esses questionamento observem o que feito pela Google para tentar atendê-los.

- Mais formas de pagamento

O que foi feito nos últimos 12 meses para endereçar estes questionamentos?

- a. O Primeiro é o cartão de presentes da Google Play, que foi lançado em julho do ano passado e tem se tornado um grande sucesso para todos. Está presente em praticamente todas as lojas de vendas nos Estados Unidos. E agora está também na Inglaterra. E todos verão que os investimentos nos cartões de presentes continuarão sendo feitos. Porque essa questão de pré-pagamentos é bastante importante para a Google.
- b. Em um outro aspecto, foram lançadas campanhas, como a que se você comprasse um celular Samsung Galaxy 3 você teria 50 dólares para gastar no Google Play. E ações como esta injetam dinheiro que pode ser usado para comprar qualquer aplicativo no Google Play. E isto acaba diminuindo os obstáculos dos usuários de saírem do patamar de usuários de aplicativos grátis para compradores. As experiências mostraram que mesmo, os usuários, comprando com o crédito recebido, é bem provável que eles voltem a comprar mesmo depois que os créditos tenham acabado.
- c. Agora os pagamentos que são creditados na conta mensal das empresas de telefonia. Agora queremos mostrar que 50% das atividades mensais do Google Play estão prontas para suportar esse tipo de pagamento. Sem precisar colocar cartões de crédito, ou se preocupar com cartões expirados. Eles só precisam ativar o serviço e começar a comprar aplicativos. E isto tem sido exclusivo ao Google Play e por isso se tem investido muito na tecnologia por trás disto.

More Forms of Payment

50%

Google Play 30 DAUs are now carrier billing ready

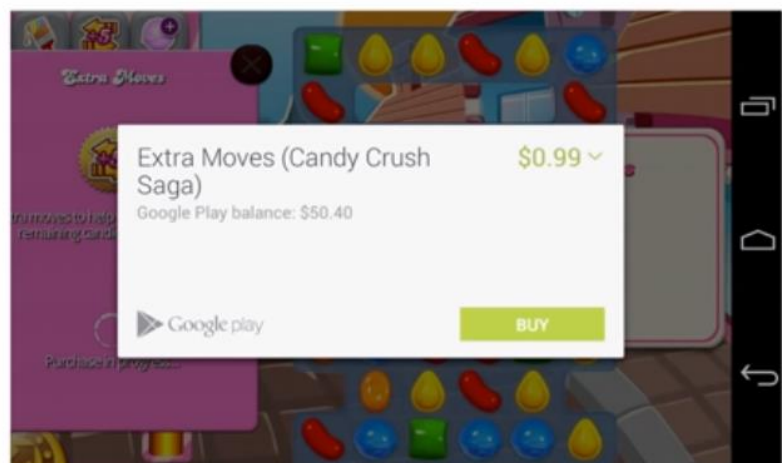


-Agora sobre como é o processo de pagamento.

Muito do design do novo processo de pagamento vem de todas as respostas apresentadas pelos usuários. Todos queriam que fossem contextualizada, rápida e simples. Então isso foi atendido, e não só isto, nos fizemos muito mais rápidos. E estudos mostraram que houve uma queda de 35% da latência.

Rebuilt the Purchase Flow to Convert More of Your Purchases

35%
Drop in Latency



- Agora mudando para Custos

Os grande parceiros estavam tendo um grande problema para acompanhar os relatórios das vendas. Por isso foi aprimorado o Google Wallet Merchant Center, onde os usuários podem com um simples comando baixar os relatórios mensais de forma simples.

```
gsutil cp -r gs://report_bucket_id/2013*
```

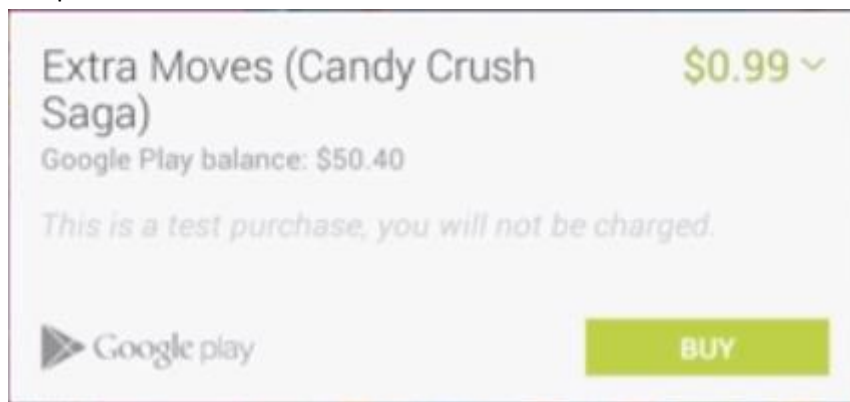
-a API In-App para acompanhar o estado das ordens.

Isto também foi uma demanda dos desenvolvedores. E basicamente é a possibilidade de que você pegue a chave da compra realizada que foi enviada para você para que você possa verificar o estado da compra. E isto é por duas razões. A primeira para que possa ser verificada a autenticidade da compra ou somente o estado dela. E esta API está disponível mundialmente.

```
https://www.googleapis.com/androidpublisher/v1.1/applications/  
{packageName}/inapp/{productId}/purchases/{token}
```

- Uma outra coisa é o teste de compra no in-app.

O que possibilita as contas de teste dos desenvolvedores, que foram previamente configuradas no Console de Desenvolvimento da Google Play, a fazer simulações de compras sem serem cobrados realmente.



- Uma projeção excitante para o próximo ano.

Acreditamos que é uma convergência de algumas coisas para nós no Google Play.

- A primeira é que tivemos um grande alcance nos mercados mundiais, com relação as formas de pagamento.
- A outra coisa é que estamos vendo um aumento no volume de compras como foi mostrado anteriormente, em todos os setores, sejam nos aplicativos grátis, pagos ou nas assinaturas. Estamos vendo que os usuários estão dispostos a pagar pelas experiências que eles estão tendo com os aplicativos que vocês tem desenvolvido. E isto é uma boa notícia para todos nós.
- E finalmente estamos colocando todas as peças juntas para a criação de uma infraestrutura comercial mundial e de ferramentas de desenvolvimento. Para que vocês possam se preocupar com aquilo que vocês sabem fazer que é criar

aplicativos maravilhosos. E tirá-los de perderem tempo tentando entender porque a sua conta foi bloqueada por conta de testes, ou porque você tem que baixar os relatórios de uma forma ou de outra.

A qualidade na hora da compra é um fator decisivo para a propagação do seu App. A Google aplicou um suporte para maiores formas de pagamentos e esse suporte atinge vários países.

2- Estudos de casos

Para alcançar as taxas que estamos vendo, nos temos feito o bastante para apoiar esse crescimento. Mas a maior parte do trabalho tem também sido feita pelos nossos desenvolvedores. E esta seção da apresentação irá focar no trabalho desses desenvolvedores. Que tem feito dinheiro no Google Play.

Verificaremos o que eles tem feito e como é possível aplicá-los em qualquer outro aplicativo.

Com esse crescimento, verificou-se que os aplicativos mais bem classificados são aqueles os quais não é cobrado valor para serem baixados. Mas como todas regras tem uma exceção, vemos que o jogo Minecraft, que é um jogo pago, também está nesta lista dos mais bem classificados. Por isso não é que estamos sugerindo que todos aplicativos possam ser baixados de graça. Mas o Minecraft é um jogo icônico, com seguidores muito leais. Por isso achamos que continuarão tendo sucesso. Entretanto reconhecemos a predominância nas classificações que é de aplicativos grátis para baixar.

Um detalhe visto pela Google, é ver que os desenvolvedores criaram uma tendência para disponibilizar o aplicativo e depois solicitar um pagamento.

Existe um funil de três etapas para monetização

1. O primeiro passo leva ao desenvolvedor a parte larga do funil onde o objetivo é de obter o maior número de usuários para utilizar seu app.
2. O segundo é a retenção. Onde você aproveita esses usuários que estão já na sua rede para fazer dinheiro. Existe uma maior possibilidade do usuário pagar pelo APP depois de ter tido uma experiência.
3. O terceiro é a compra. Os pequenos detalhes estão influenciando. O marketing do produto através do site com vídeos, informações é extremamente importante. E é isso que faz tê-lo um diferencial.

Adicionar premiações ou promoções diárias, além de incentivar a utilização frequente, é também um forte impulso nas vendas de acessórios e upgrades. Isso faz com que a compra não se resuma apenas a um momento, mas sim em um ciclo, onde o usuário tem a

possibilidade comprar novas funcionalidades. Afinal, se o jogo é de qualidade, certamente, existirá o público que deseja ter personagens novos e itens raros, para se diferenciar cada vez mais e, conseqüentemente, aumentar a diversão e imersão naquele universo.

Mostrar um gameplay de um jogo fundamental para que o consumidor possa conhecer e se interessar, além de diferenciá-lo em meio a tantas outras opções.

O merchandising nos games aplica uma troca de dinheiro real por dinheiro virtual. O retorno dos usuários sobre isso tem sido positivo.

Focando nos estudos de caso:

O Atlantis é um estilo de jogo onde o usuário tem que alcançar um ponto para desbloquear uma nova parte do conteúdo. Isso acaba fazendo o usuário ficar comprometido com o jogo.

O jogo "Blood Brothers" é um jogo de sucesso. Entre esses tem outros como "War of Heroes Marvel" e "Rage of Bahamut". A jogada é a seguinte: Enquanto você joga um desses games, aparece um anúncio dizendo: Jogue "Play Marvel, e receba 50 MobaCoin." É um caminho que eles fazem para subir os seus demais jogos.

As vezes também é colocado anúncios por um curto período oferecendo algo que é muito valioso. Isso acaba sendo uma combinação poderosa.

A monetização nesse jogo realmente funciona, então, há uma clara recompensa para encontrar os caminhos criando esse senso de urgência, dando aos jogadores que grande experiência, fornecendo uma experiência de jogo um pouco diferente, dando um forma diferente para interagir com outros usuários e, claramente, há uma recompensa financeira para fazer isso e está dentro do jogo.

O jogo Kabam foca em usuários de jogos principais pois os jogadores tem uma chance maior de rentabilizar do que outros tipos de usuários. Esse era um jogo Web e foi modificado para mobile. A modificação de plataforma também influenciou na jogabilidade onde teve que ser mais fácil. Sobre a monetização do Kabam, ele foca muito na consistência visual.

O último estudo de caso fala sobre o Pandora. Eles são o serviço de rádio líder internet. E fizeram uma mudança recente em torno de monetização. Antes eles cobravam pela web. Quando foram pra plataforma android, sentiram um impacto nas mudanças de pagamento. Então ao migrar sua aplicação, permitiram que o usuário tivesse 40 horas livres por mês utilizando seu serviço. Caso quisesse continuar com o serviço, deveria efetuar um pagamento.

Acaba que o usuário gosta tanto da aplicação e da oportunidade de testá-lo, que paga logo em seguida.

3- Perguntas e respostas

Pergunta 1:

AUDIÊNCIA: Como funciona o faturamento "transportadora" além do cartão de presente. Qual é o faturamento?

IBRAHIM ELBOUCHIKHI: Então faturamento “transportadora” é basicamente a capacidade do usuário colocar suas compras em seu fatura mensal. Assim, a mesma conta que você recebe do seu provedor ou sua conta telefônica, receberia também dos seus gastos em algum aplicativo.

Pergunta 2:

AUDIÊNCIA: O que significa estar no cem top bilheteria apps?

Existe algum gráficos de receita, como dólares por reais mês, se você é um certo percentual de seu aplicativo em que top lista bilheteria?

PALESTRANTE: Isso varia muito, tem os custo da tua aplicação em relação as outras. Infelizmente não é possível divulgar dados pois existe um acordo de confidencialidade.

Pergunta 3:

AUDIÊNCIA: O que você acha se eu crio dois aplicativos porém com métodos diferentes de compra? Um com compra interna e o outro um aplicativo pago.

PALESTRANTE: É melhor investir em apenas um tipo de sua preferência. Manter dois aplicativos gera sobrecarga para mantê-los e pode gerar muita complicação futuramente.

Pergunta 4:

AUDIÊNCIA: Como você está definindo o que é um aplicativo de topo? É o top de vendas naquele dia, naquela semana, que mês?

BOB Meese: Geralmente ao longo de um período semanal.

Pergunta 5:

AUDIÊNCIA: Se eu tiver um aplicativo pago, com baixa de download, eu posso deixa-lo gratuito por um período de tempo, por exemplo uma semana ou um mês, ou mesmo um dia?

PALESTRANTE: Não é ainda possível.