

Андрей Дементьев
COO, Fortumo

Как монетизация мобильных приложений отличается от того, чему мы научились в вебе



Платформы



symbian
OS

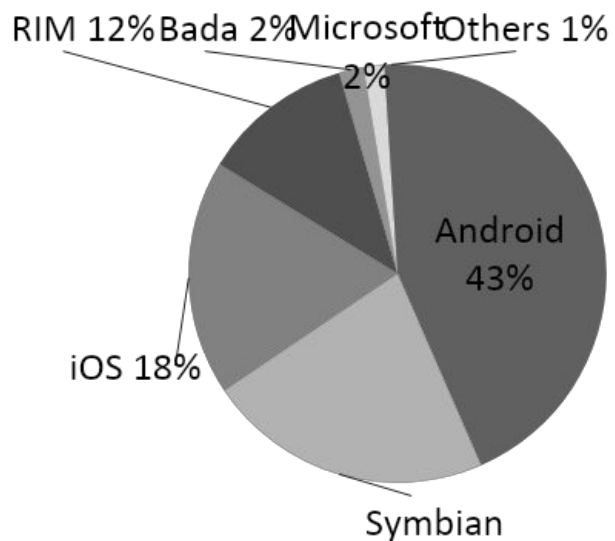


palm webOS™

MeeGo™

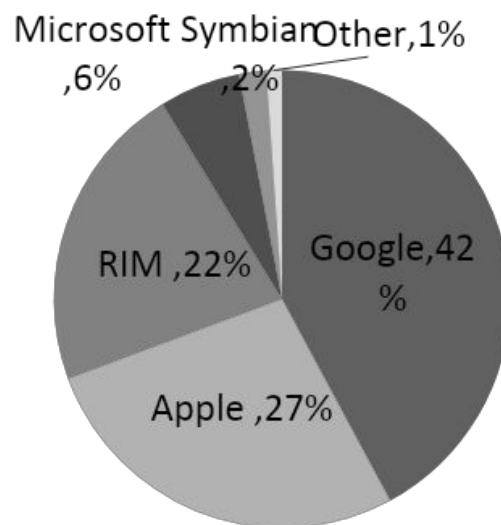


- Продажи смартфонов, 2. квартал 2011



- Почти каждый второй смартфон работает под Android.

- Смартфоны в США (Июль 2011, comScore mobilens)

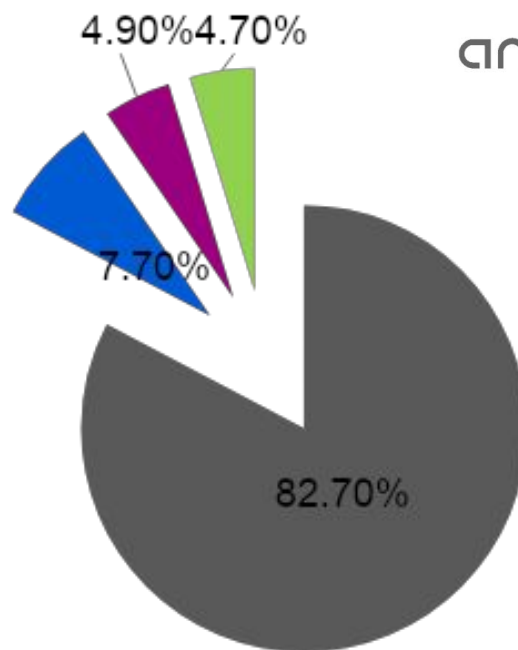


- iOS и BlackBerry установлены на 49% смартфонов в США

Доходы магизнов приложений в 2010



ANDROID



83% прибыли мобильные приложения генерируют на iOS.

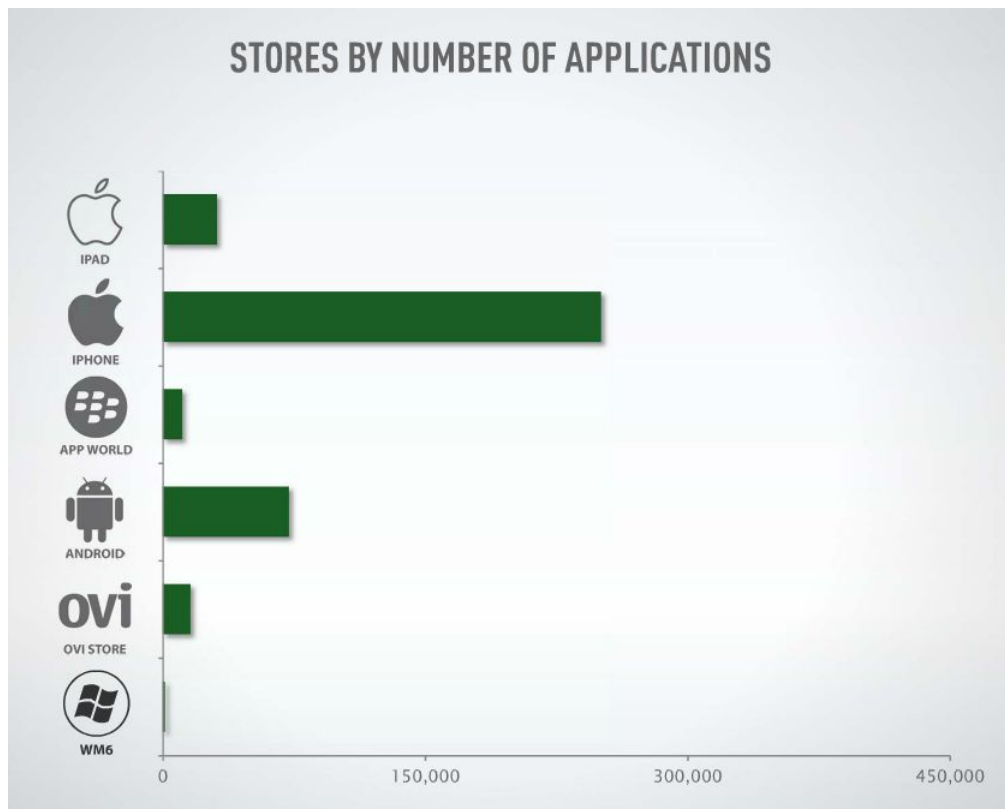
Платформы

- Glu Mobile: доходы Android составляют 1/10 от доходов на iOS
- Вопрос:
Зачем разрабатывать для других платформ, если деньги приносит только iOS?



Платформы

- iOS имеет самый высокий уровень конкуренции



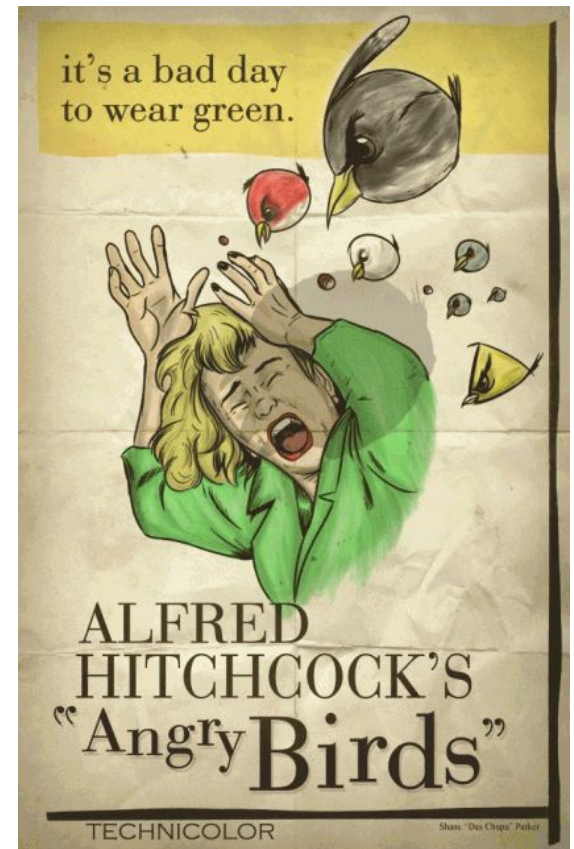
Платформы

- Rovio Angry Birds:

доходы Android = доходы iOS

- Ответ:
Любая платформы может приносить прибыль

- Что важно:
компетенция, опыт, стратегия,
ресурсы

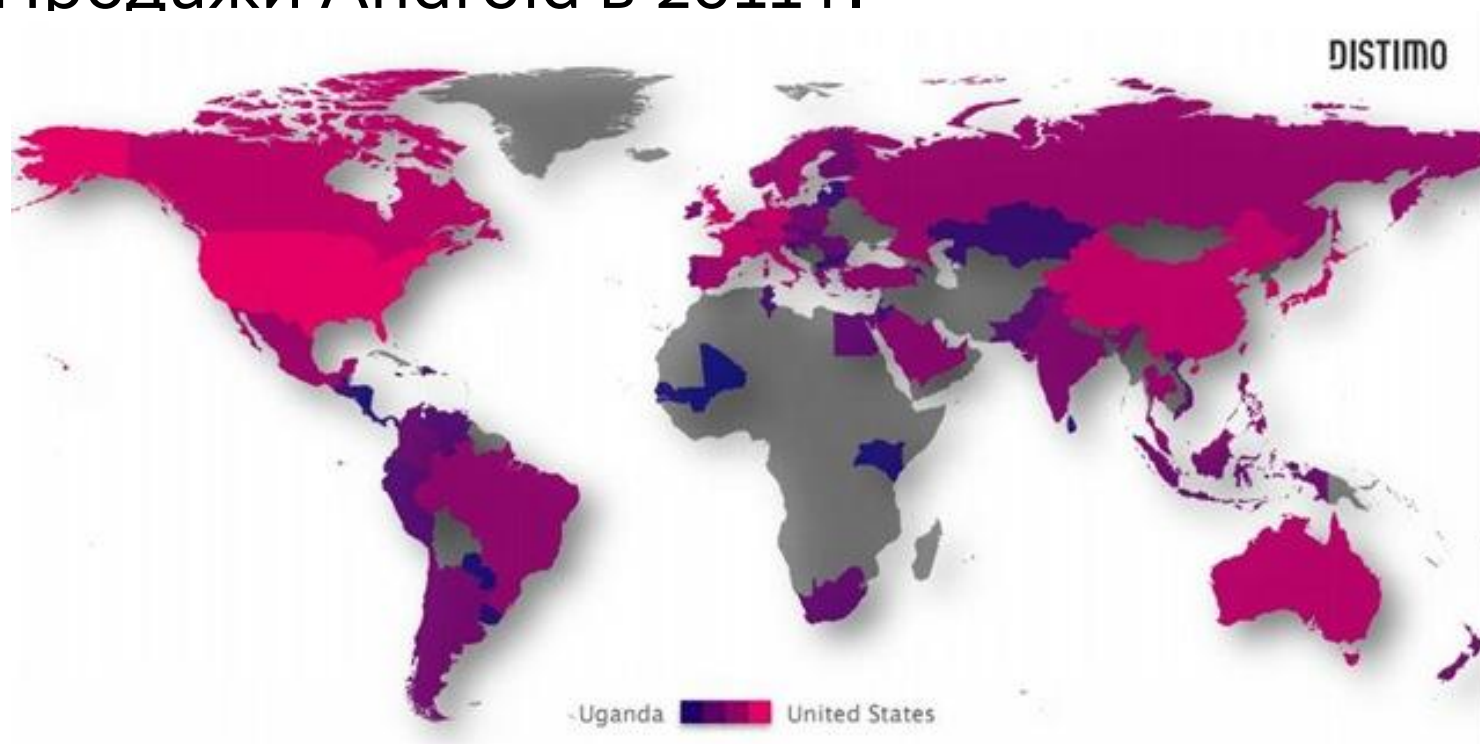


Глобальный охват

- **Вопрос:**
Разработчики ориентируются только на развитые рынки Западной Европы и США

Глобальный охват

- Продажи Android в 2011 г.



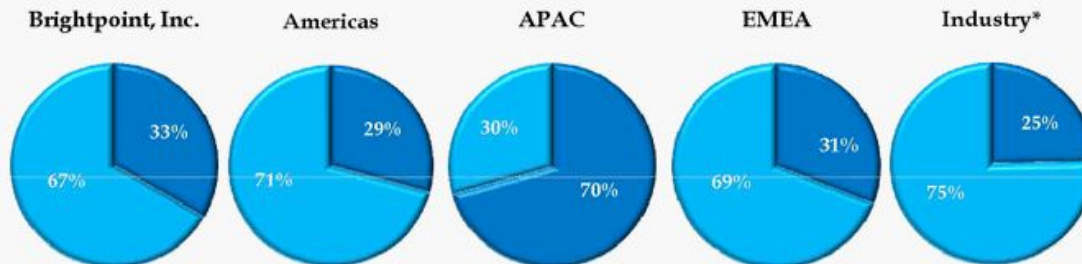
- 40% всех смартфонов продаётся в Азии

Смартфоны vs телефоны

- Америка: 29% vs Азия 70% vs Европа 31%

Q1 2011 Smartphone Mix

■ Smartphone ■ Standard/Feature phone



* Source: Based on an average of manufacturer reports as well as industry analysts' estimates for global sell-in of smartphones



BRIGHTPOINT
YOUR SUCCESS IS OUR BUSINESS

| CREATIVE WIRELESS DISTRIBUTION | CUSTOMER COMMITMENT | CUSTOMIZED SERVICE |

- Ответ:
Стратегия монетизации нужна для каждого из регионов.

- Азия
- США
- Западная Европа
- Ближний Восток
- Латинская Америка
- Восточная Европа
- СНГ
- Африка



Магазины приложений



amazon appstore



appsfire

handango®



andronavi



Магазины приложений



- Вопрос:
Разработчики игнорируют
альтернативные магазины приложений.



Магазины приложений



■ Альтернативные:

- Opera Mobile App Store
- GetJar
- Appia (Pocketgear)
- AndAppStore
- Handango
- OnlyAndroid
- Insyde Market
- Amazon App Store
- SlideME
- Appoke
- YAAM

■ Региональные:

- Andronavi (Япония)
- Wandoujia (Китай)
- App Store (Корея)



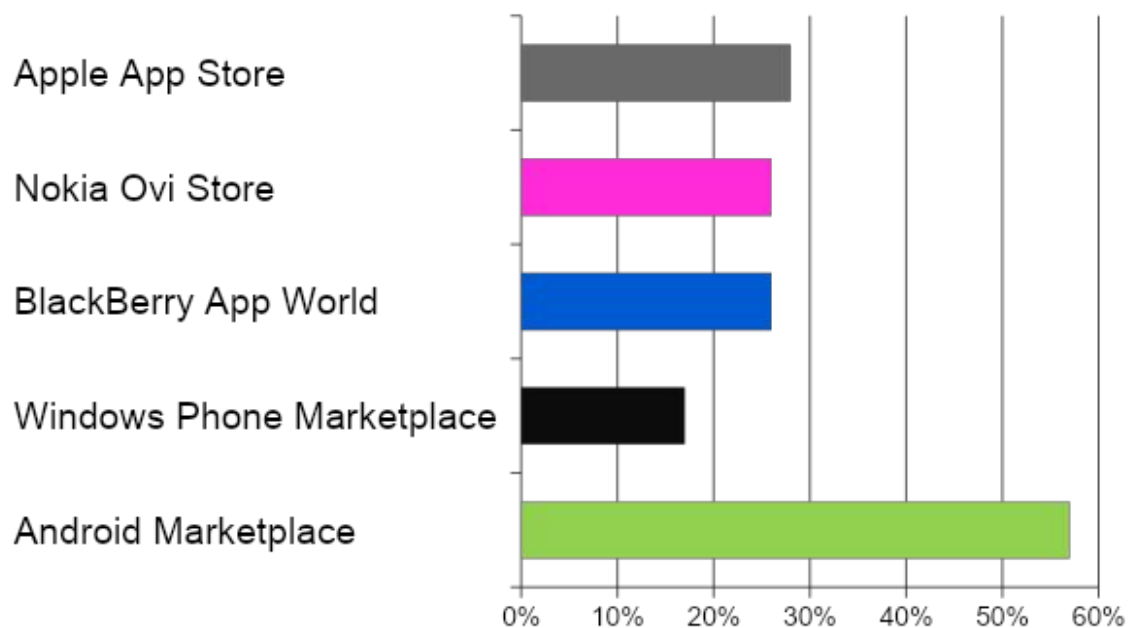
Premium vs Freemium

- Вопрос:
Разработчики
предпочитают
премиум модели
монетизации.



Premium vs freemium

- Доля бесплатных приложений:



ANDROID

Premium vs freemium

■ Почему Премиум это плохо?

- Магазины полны некачественных приложений
- Покупка приложения это инвестиция
- Культурные различия
- Слабые биллинг системы
- Бесплатные конкуренты
- Ограниченные возможности продвижения
- Пиратство



Premium vs freemium



■ Почему Freemium это круто?

- Больше установок
- Доступен для тех, кто никогда не платит
- Пользователи привыкли к бесплатным приложениям
- Возможность подстроиться под разную покупательскую способность
- Глобальный охват
- Больше вариантов продвижения
- Меньшая зависимость от магазина
- Пиратство



Premium vs freemium

- 75% из top 100 самых прибыльных приложений iOS это игры
- 65% из них это freemium
- Ответ:
Используйте Freemium модели монетизации!

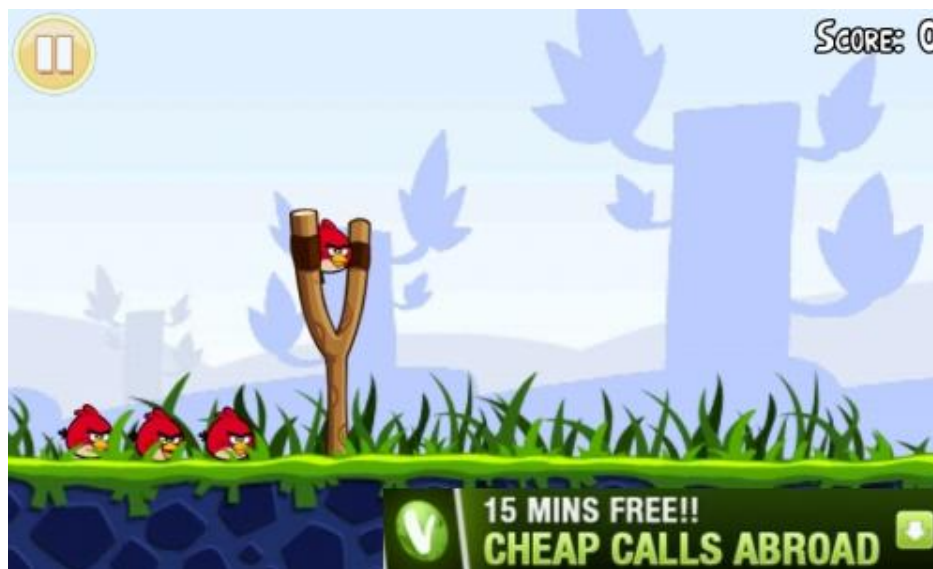


Зарабатываем деньги на бесплатных приложениях

- Мобильная реклама
- Офферы
- Внутреигровые покупки
- Сносоры



Мобильная реклама



\$15 миллиардов в 2011 г.

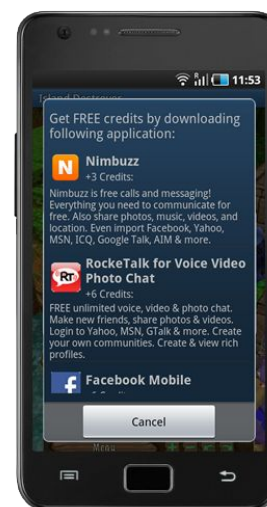
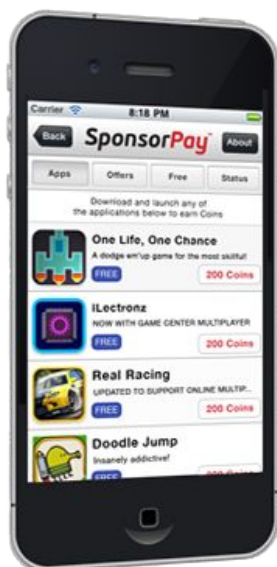
Мобильная реклама



- Вопрос:
Баннеры делают игру медленной и некрасивой.
- Ответ:
Правильное размещение!
- Что важно:
 - Региональное покрытие
 - Поддержка слабых телефонов
 - Разные поставщики рекламы
 - Интерфейс и дизайн
 - Размещение рекламы на страницах загрузки



Мобильные офферы



Отличный способ монетизации тех, кто никогда не платит

Мобильные офферы



- За
 - монетизирует тех, кто никогда не платит
 - хорошее региональное покрытие
- Против
 - что за офферы предлагаются?
 - продвижение конкурентов
 - не перегружайте игру офферами
 - **не заменяйте платежи офферами!**



Paymentwall



SponsorPay

Tapjoy

SuperRewards



Внутриигровые покупки

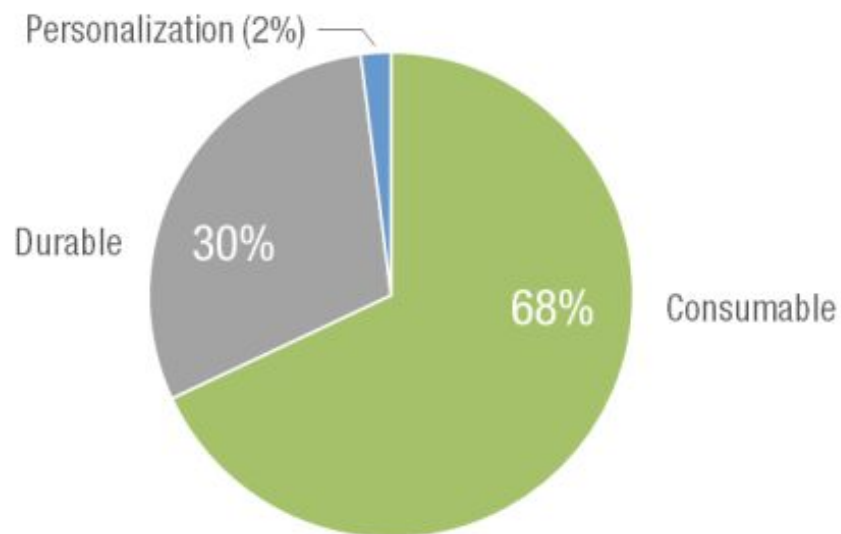
- Что продаётся?
 - Игровая валюта
 - Дополнительные уровни
 - Активация триал версий
 - Дополнительный функционал
 - персонализация
 - Версия без баннеров (работает плохо)

Внутриигровые покупки



- Потребляемые товары (валюта) - 68% всех покупок

iOS & Android Freemium Games, Dollars Spent on Virtual Goods



Внутриигровые покупки



- Вопрос:
Разработчики используют
малоэффективные методы оплаты

A screenshot of a mobile application's payment form titled "Credit card". The form contains several input fields: "Street Address" (two stacked empty fields), "City" (one empty field), "County" (one empty field), "Postcode" (one empty field), and "Phone number" (one field containing "07598916530"). Below the phone number field is a small note: "Phone number will only be used in case of order". At the bottom of the form is a "Save" button. The top of the screen shows a status bar with various icons and the time "22:10".A screenshot of a mobile application's login form titled "Log in with email and password:". It features two input fields: "Enter email" and "Enter password". Below these fields is a checkbox labeled "Keep me logged in on this device. What's this?". At the bottom of the form are two buttons: "Pay" (orange) and "Review" (grey). The top of the screen shows a status bar with icons and the time "11:17".A screenshot of a mobile application's payment form titled "Pay with a card". The form includes a "Current purchase" field, a "United States" dropdown menu, a "Card number" field, a "Card type" dropdown menu with options for VISA, MasterCard, and American Express, an "Expiration" field with "01" and "2011" dropdowns, a "Security code" field, a "Zip code" field, and an "Email address" field. The form is powered by PayPal. At the bottom of the screen are navigation icons. The top of the screen shows a status bar with the time "11:17" and "50%" battery.

Внутриигровые покупки



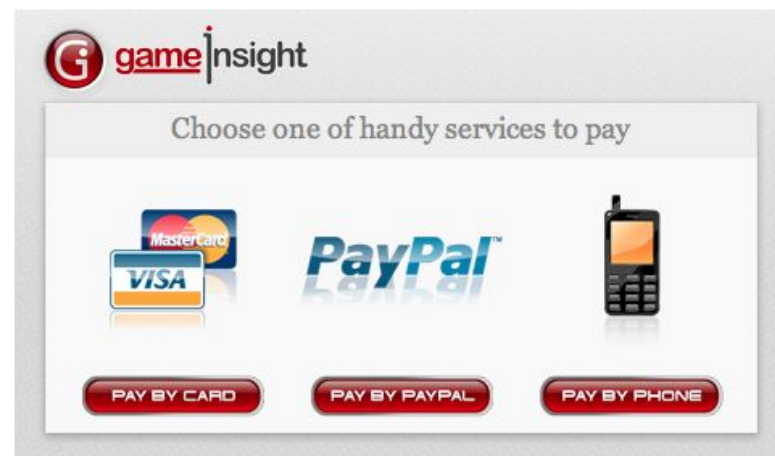
- Способы оплаты:
 - **Биллинг магазина** (Google checkout) – кредитные карты или мобильный биллинг, высокие отчисления магазину.
 - **Мобильный биллинг** (прямой биллинг, премиум смс) – хорошее покрытие и конверсия, низкие выплаты.
 - **Кредитные карты** (Visa, Mastercard) – плохое покрытие, высокие выплаты, низкая конверсия.
 - **Paypal** – популярен в ограниченном количестве стран.
 - **Prepaid карты, терминалы и ваучеры** – слабая конверсия
 - Direct debit и другие..



Внутриигровые покупки

A screenshot of a mobile application interface for adding a credit card. The title bar at the top says "Credit card". Below it is the Google logo and the text "Enter details about the credit card that you want to use with Google Checkout." There are logos for VISA, MasterCard, American Express, and Discover. The form includes fields for "Card number", "Expiry date" (with MM and YY sub-fields), "CVC code", "Cardholder name", and "Country" (set to "United Kingdom"). A "Save" button is at the bottom.

ИЛИ



- Ответ
Анализ потенциальной пользовательской базы поможет в выборе подходящих методов оплаты.

Внутриигровые покупки



- Вопрос:
Неудобный интерфейс при оплате



VS



Внутриигровые покупки



- Покупка должна быть импульсивной
- Каждый новый экран отнимает 10-15% продаж
- Пользователи ещё не привыкли платить в мобильных играх
- Оплата должна выглядеть безопасной
- Ответ:
Золотое правило внутриигровых покупок: для завершения оплаты нужно не более 3 кликов.

Внутриигровые покупки



- Вопрос:
Разработчики не используют инструменты внутриигрового продвижения.
- Праздничные скидки
- Бонусы в награду за достижения
- Ограниченные по времени предложения
- Подарки и эксклюзивные предметы



Внутриигровые покупки



- Ответ:
Активное продвижение внутриигровых покупок даёт до +30% к прибыли!

■ Вопрос:

Разработчики игнорируют детали.

- Валюта оплаты
- Локализация
- Условия оплаты
- Логотивы операторов/банков (+ 15% к конверсии)
- Служба поддержки
- Отзывы и комментарии пользователей
- A/B тестирование



Внутриигровые покупки



- Ответ:
Процесс оплаты должен быть идеальным!

Внутриигровые покупки



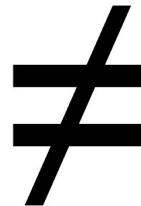
- Вопрос:
Неэффективный игровой баланс
- Игра слишком проста => играют и не покупают
- Игра слишком сложна => перестают играть прежде чем что-то покупают
- Слишком мало бесплатных уровней => игрок не успевает «подсесть»
- Слишком много бесплатных уровней => игрокам их хватает
- Ответ:
Создайте идеальный баланс для ввода платного контента.

Внутриигровые покупки

- Вопрос:
Неэффективная ценовая политика



\$2 в США



\$2 в Китае



- Ответ:
Подбирайте цены в соответствии с покупательской способностью.

Внутриигровые покупки



- Вопрос:
Отсутствует оффлайн поддержка.



По данным Localytics, 15% приложений запускается без активного подключения.

- Ответ:
Игры должна быть готова к работе и монетизации в оффлайн режиме.

Спасибо!

Thank you!

Андрей Дементьев

andrei@fortumo.com

skype: andrei.dementjev

