

Стартап в области мобильных приложений - с чего начать? Разбор основных шагов и ошибок

2011

Илья Чернецкий

i-Free Innovations

IT2Days:Mobile 08.04.2011

1. Тренды, what's hot?
2. Бизнес-модели и монетизация
3. С чего начать - практические шаги
4. Рекомендуемая литература

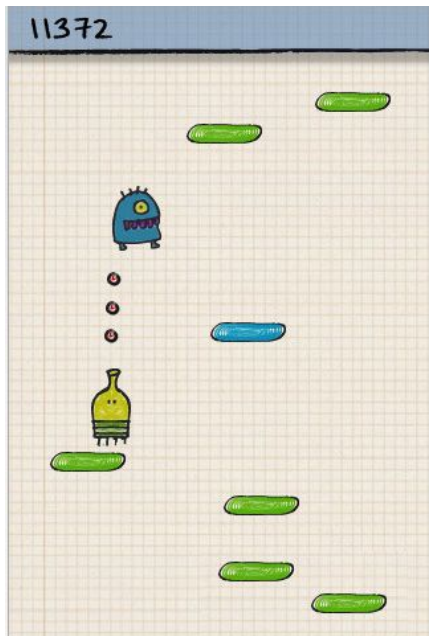


Игра

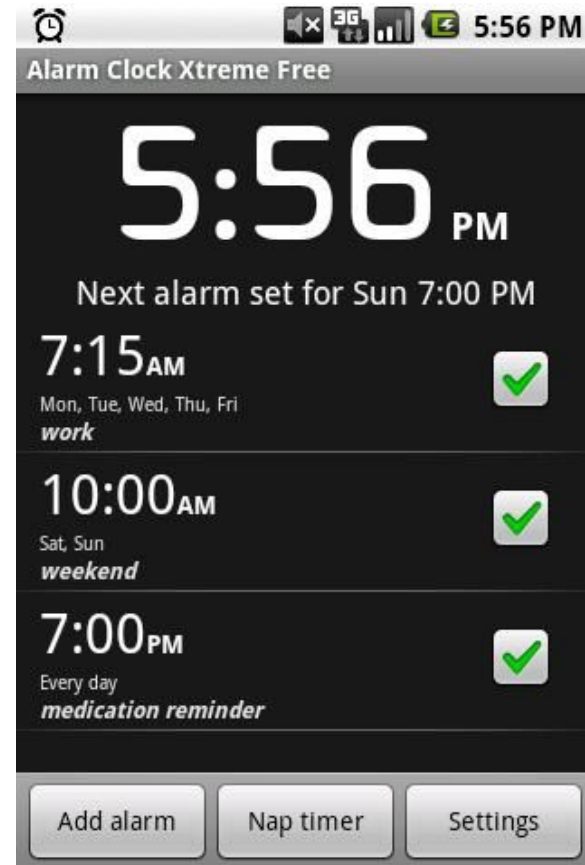
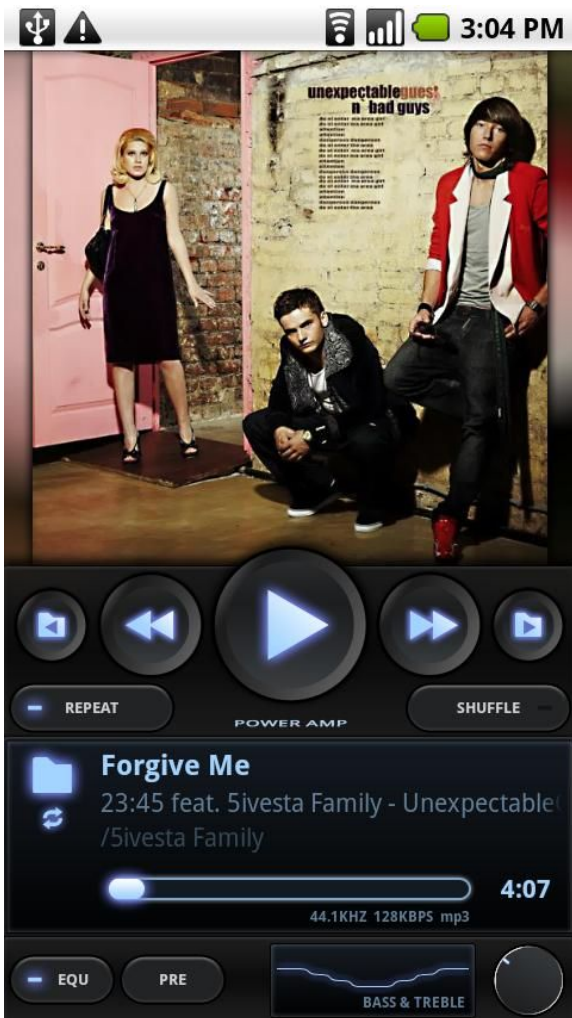
Утилита

Сервис

Успех игры - закономерность или случай?

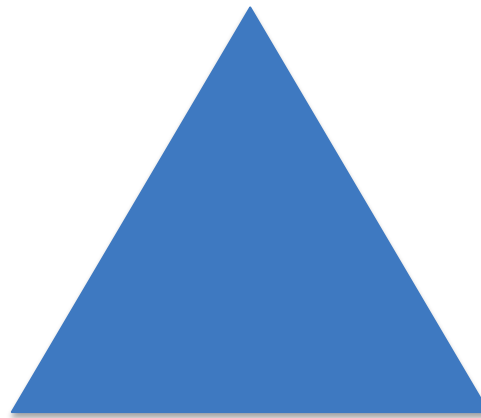




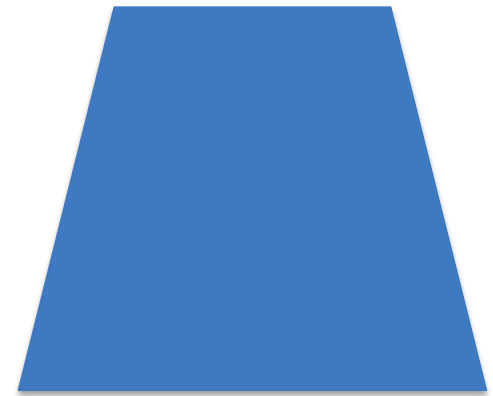




фото

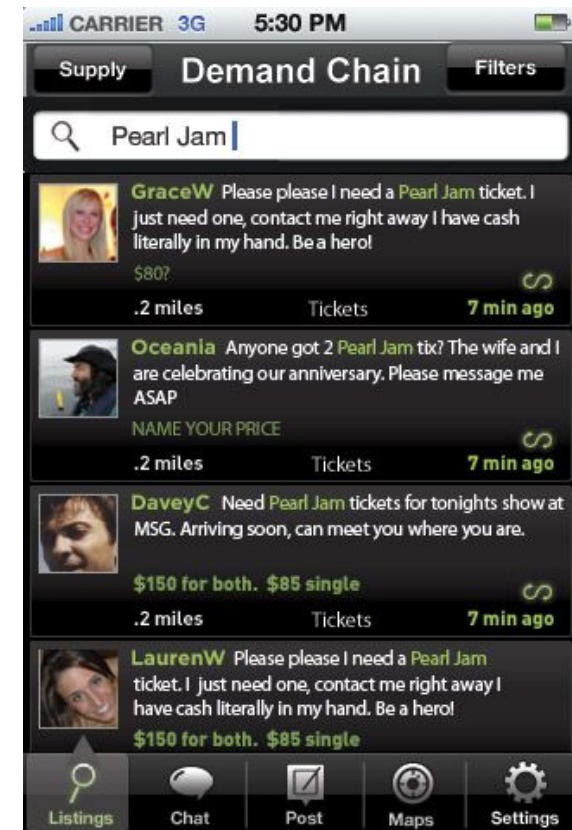


location



“Color”

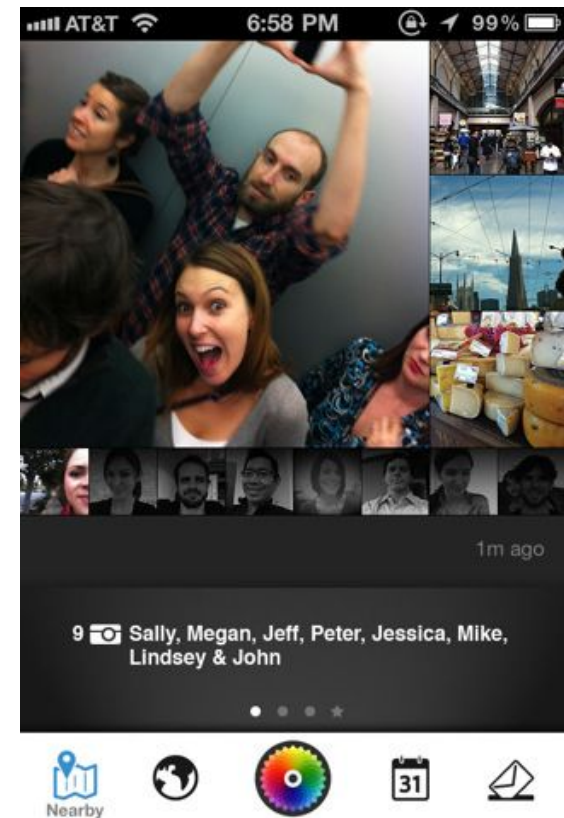
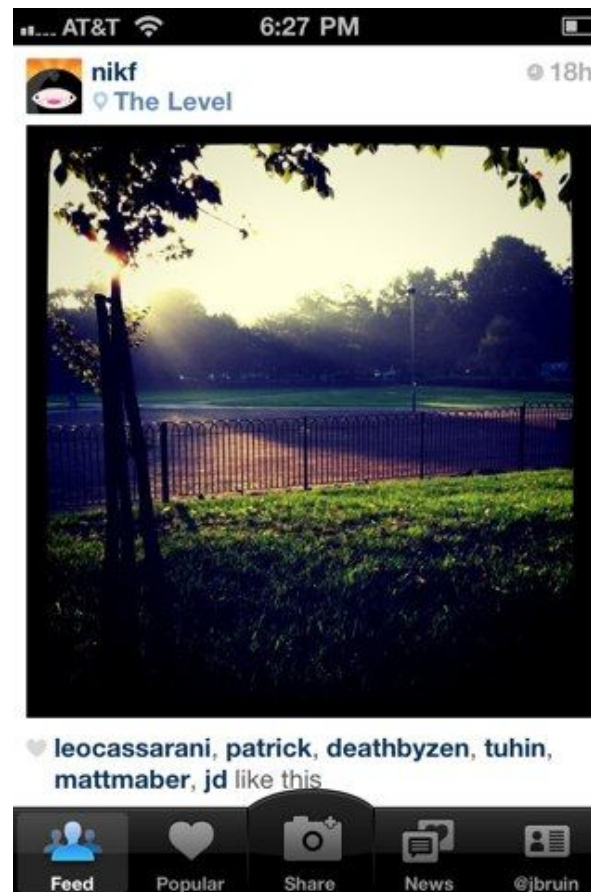
- «Все становится лучше, если добавить location»
- Foursquare, Gowalla, Loopt, Brightkite, MyTown
- Facebook Place, ВКонтакте Места
- GroupTab - location + group deals
- ePythia - location + productivity
- Antenna - location + classifieds
- Message Party - location + chat



- «Все становится лучше, если добавить gameplay»
- Достижение - Соревнование - Взаимодействие
- И снова Foursquare, Gowalla, Loopt, Brightkite, MyTown
- EpicWin - gameplay + productivity
- ShopKick - gameplay + shopping



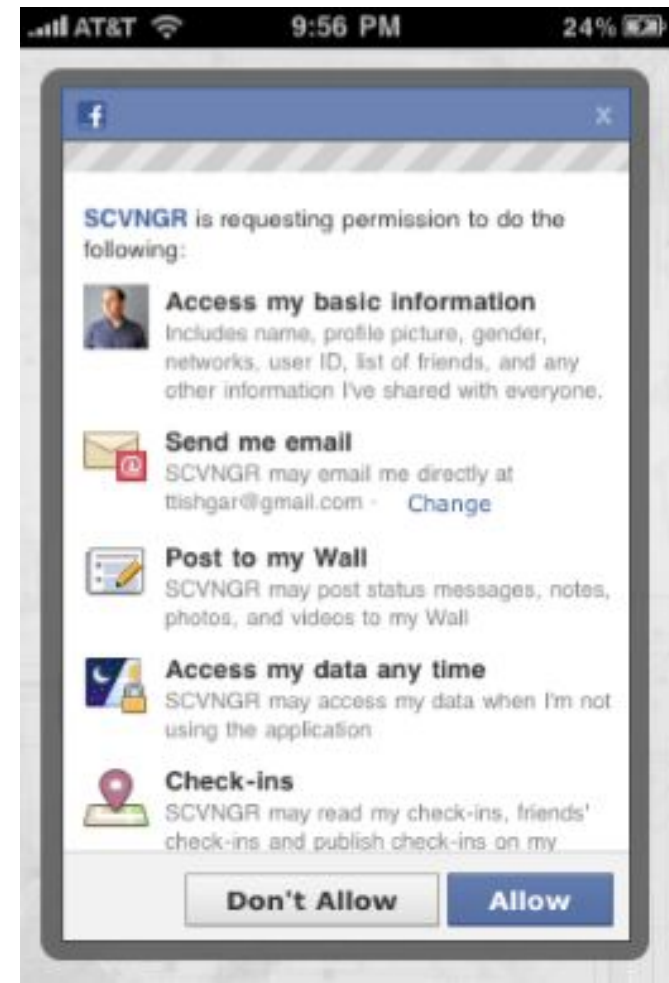
- Hipstamatic
- + Social: Instagram, Picplz
- + Location: Color



- Не только location
- Следующая ступень развития блогинга?
- HotPotato, GetGlue, Miso, Foodspotting



- Не только коммуникационные приложения
- Мощный маркетинговый инструмент: приглашения друзей, activity sharing, “like”





«Новые старые» бизнес-модели

Интернет

- Paid services
- Реклама
- Freemium/Free-to-play
- E-commerce
- SaaS/Subscription

Мобильные приложения

- Paid applications
- In-app ads
- In-app purchases
- M-commerce
- ... soon?

- 12% дохода рынка мобильных приложений = \$500М в 2009
- 28% = \$4В в 2012
- \$0.09 на 1 пользователя 1 приложения в год (Getjar)
- eCPM in-app ad = \$1 -1,3 (Quattro Wireless)
- Самая дорогая реклама: финансы (\$19), авто, электроника, телеком, тревел (для США)
- 40-45% пользователей обращают внимание на рекламу (18-44), до 60% в сегменте 13-17 (Nilesen)
- 33% (Android) и 26% (iOS) кликают на рекламу



“eBuddy” case study

- Free version + Paid \$4,99
- 3M downloads (June - Dec 2009)
- 6% conversion Free-to-paid (3M -> 180k)
- \$600k - чистые доходы от платной версии
- \$400k - доходы от сторонней рекламы внутри приложения

- 2% приложений сейчас используют in-app purchase
- 26% дохода Top 100 Grossing генерируется IAP (10% - Free apps, 16% - Paid apps with IAP)
- Jupiter прогнозирует что к 2013г IAP превысят доходы от продажи приложений

“Shoot & Proof” case:

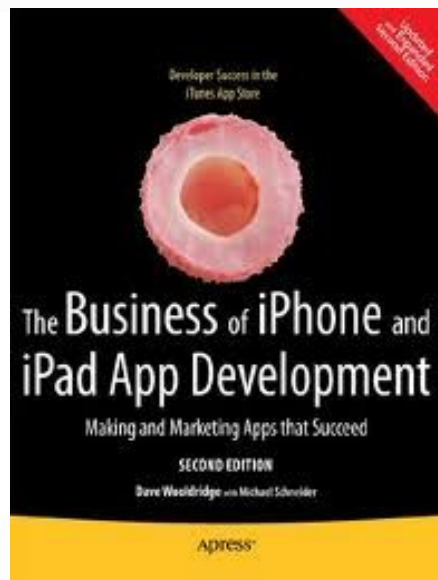
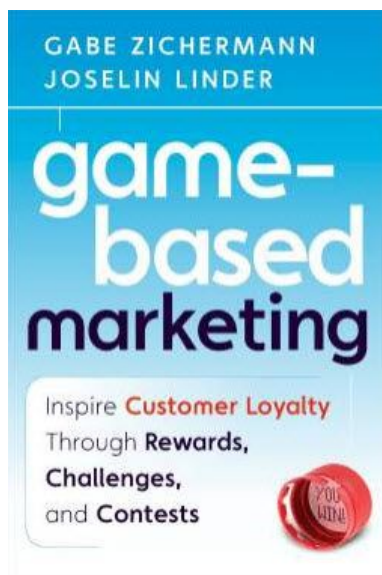
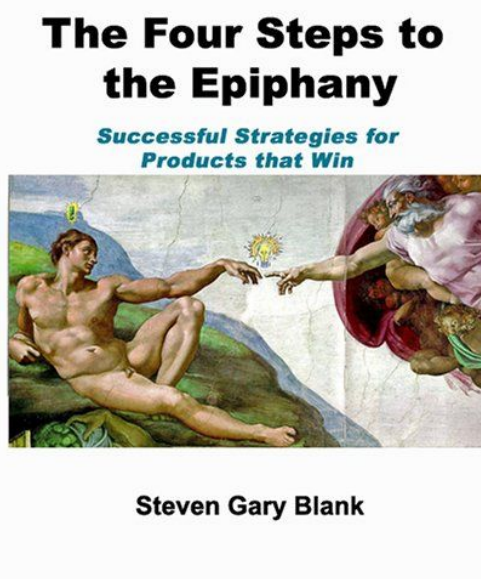
- \$1.99 Paid app + packs: \$5.99, 18.99, 30.99
- 10% купили доп.пакеты
- 82% купили самый дешевый и только 8% - самый дорогой
- Но самый дорогой принес 27% дохода!
- На каждого купившего приложение пришлось ~\$1 IAP

Что можно продавать?

- **Consumable**
 - Потребляется = может исчезнуть после потребления
 - Может быть куплен несколько раз
 - Примеры: жизнь/здоровье/боеприпасы в играх, внутренняя валюта, экономия времени
- **Non-consumable**
 - Не исчезает в процессе использования
 - Может быть «восстановлено»
 - Примеры: карты в навигации, уровни и персонажи в играх, новые выпуски журналов
- **Subscription**
 - С натяжкой, поскольку нет автоматического возобновления

- \$18B рынок уже в 2009м году
- \$119B к 2015му (ABI research)
- Amazon - \$1B за 12 месяцев с 06.09 по 05.10
- eBay - \$600M в 2009 (7% общего оборота)
- Самые популярные категории: Машины (\$139000 за Lamborghini Gallardo), одежда, спортивные товары, автозапчасти, компьютеры)
- Kayak - \$1,3M в 2009м (1% от оборота)

- Сформулировали идею
- Продумали бизнес-модель
- Что дальше?





**Спасибо за внимание!
Вопросы?**

icher@i-free.com +79119236447

twitter, foursquare, gowalla: daydreamer

facebook, gtalk, skype: tchernetski