



РАЗРАБОТКА МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ

СОДЕРЖАНИЕ

1. На какую аудиторию рассчитывать
2. С чего начать
3. Какой тип приложения выбрать
4. Какую платформу выбрать (устройства)
5. С чего начать разработку
6. Продвижение приложений

НА КАКУЮ АУДИТОРИЮ РАССЧИТЫВАТЬ

Очень важно понимать на какую аудиторию рассчитано приложение. Россия не занимает лидирующих позиций в мире по объему проданных устройств, но охват в городах-столицах уже сегодня позволяет проводить масштабные промо-акции и прочие активности. И количество пользователей смартфонов растет ежедневно



Приводим цифры по охвату мобильного канала (iPhone + Android):

- Более 5 000 000 в Москве и Санкт-Петербурге
- 70% с доходом больше 80 000 рублей/месяц
- Более 60% с высшим образованием
- 75% в возрасте 25–45

Прогрессивные
Активные покупатели
Интересующиеся
новым
Молодые и активные

С ЧЕГО НАЧАТЬ



Какие задачи должно выполнять приложение, например (и не только):

- программы мотивации и лояльности
- CRM-система (индивидуальный канал коммуникации)
- продвижение конкретного товара/услуги
- автоматизация общения с клиентом
- механика для промо-акций
- демонстрация продукта
- привлечение клиентов - оплата товаров/услуг через приложение

Приложения особенно актуальны, для следующих видов бизнеса:

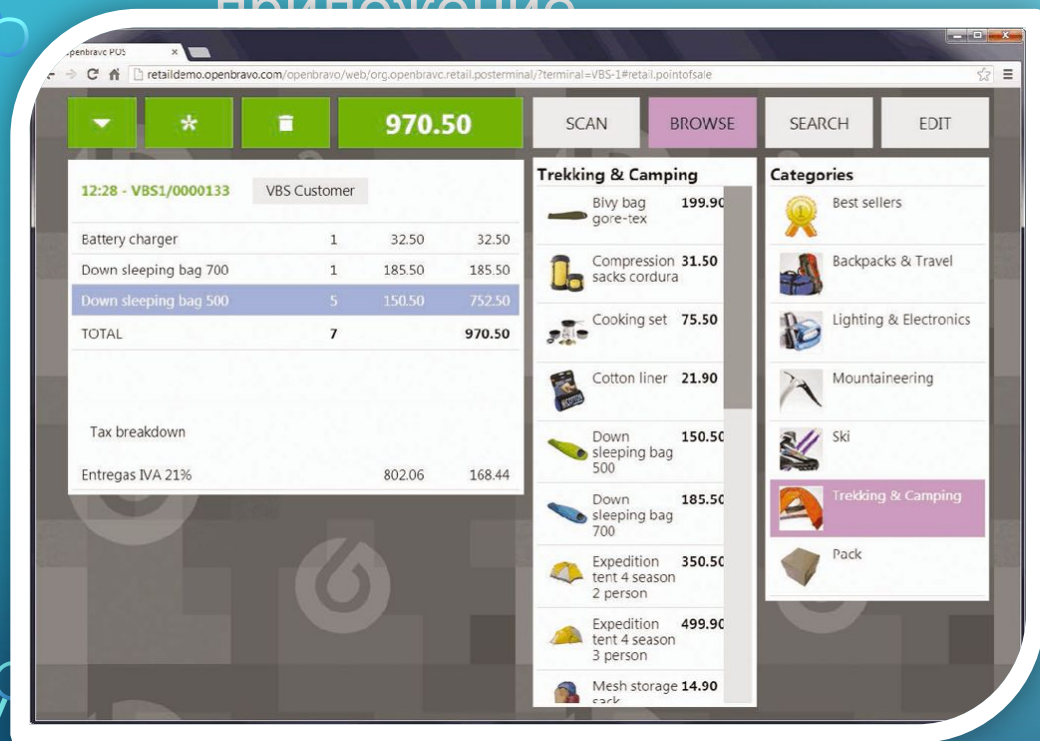
- производители автомобилей
- бренды-производители модной одежды
- торговые центры и магазины
- производители продуктов массового спроса
- интернет-магазины
- курьерские службы
- страховые компании
- сети ресторанов
- сети салонов красоты
- сети автозаправок
- телекоммуникационные компании
- игровая индустрия



КАКОЙ ТИП ПРИЛОЖЕНИЯ ВЫБРАТЬ

Web-

приложение



Native-

приложение



ИЛИ

КАКОЙ ТИП ПРИЛОЖЕНИЯ ВЫБРАТЬ

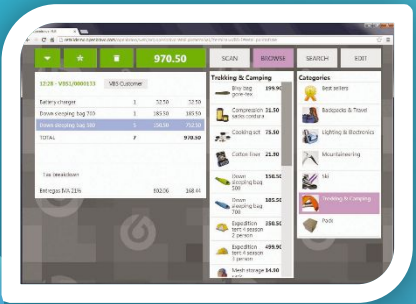
Web-приложение

Преимущества

- Одна платформа (web) для всех устройств.
- Одно приложение для разработки, запуска и настройки.
- Зачастую — это то, что необходимо и достаточно.

Недостатки

- Ограниченные возможности для взаимодействия с пользователем.
- Медленная работа
- Нет распространения через магазины приложений.
- Функционал ограничен возможностями браузера.



Native-приложение

Преимущества

- Огромный выбор технологий возможностей для использования.
- Быстрая работа.
- Распространение и продвижение через магазины приложений.

Недостатки

- Несколько платформ для разработки.
- Нужно разработать, наладить и запустить несколько версий приложения (Android, iPad, iPhone)
- Не является необходимым для некоторых компаний.

ИЛИ



КАКОЙ ТИП ПРИЛОЖЕНИЯ ВЫБРАТЬ

Пример web-приложения

Газета Financial Times

- Жесткие условия компании Apple для издателей (комиссия за подписки).
- Сложная структура (статьи, подписки, форум, обсуждения, колонки, темы и т.д.)
- Эти условия подтолкнули издательство к логическому решению — сделать независимое (от платформ) веб-приложение.
- И этим самым они добились огромного успеха среди мобильных читателей.
- Время, проведенное на страницах издания в 3 раза больше.
- Количество просмотренных страниц в 2 раза больше.
- Около миллиона читателей.



КАКОЙ ТИП ПРИЛОЖЕНИЯ ВЫБРАТЬ



Пример native-приложения

Volkswagen конфигуратор моделей авто

- Использование 3D-технологий.
- Возможность работы без Интернет-соединения.
- Все модели VW со всеми возможными опциями.
- Сравнение собранных вариантов по критериям.
- Предварительный заказ собранной модели.
- И даже оплата.
- Требования к приложению не помещались в стандартные функции веб-браузера в смартфоне и компания приняла решение сделать «родное» приложение.
- И этим самым компания добивается успеха: более 400 000 скачиваний, более 30 000 собранных моделей отправлено к дилерам и соответственно, рост продаж.

КАКУЮ ПЛАТФОРМУ ВЫБРАТЬ

Существует огромное количество операционных систем и производителей мобильных устройств. Лидирующие позиции в мире и в России занимают две платформы: iOS и Android.

Операционные
системы

ios

android

Производитель
и



Sony Ericsson



LG

htc

УСТРОЙСТВА НА БАЗЕ IOS & ANDROID

iOS: iPad, iPhone. Один из самых популярных брендов нашего времени.

Android: HTC, Samsung, Motorola, LG и т.д. Операционная система Google. Более 400 форм-факторов. Стоимость от 5000 рублей.



Набор используемых технологий в современных мобильных устройствах, позволяет практически без ограничений, осуществить любую идею.





С ЧЕГО НАЧАТЬ РАЗРАБОТКУ

Планирование

Стратегия, креатив, архитектура и функции

- Какие бы задачи не стояли перед приложением необходимо четко спланировать его разработку, запуск и развитие. Это определит успех программы.
- Первым этапом определяются цели бизнеса, которые будут достигнуты при помощи мобильного приложения.
- Так же, важно разработать стратегию развития мобильного канала вашей компании, ведь приложение может быть обновлено в любой момент и нет необходимости сразу запускать большое и тяжелое приложение. Мы рекомендуем начать с малого, но полезного для потребителей, а далее (при необходимости) наращивать функционал приложения.
- Следующим шагом, разрабатывается архитектура и функции будущего приложения. Как оно будет работать; из каких разделов состоять; какие технологии использовать; как будет связано с сервером компании (если необходимо); куда выгружать информацию о потребителях и т.д.
- И только после этапа планирования, можно приступать к программной разработке. На этом этапе, в первую очередь, создается дизайн интерфейса. И если это необходимо, то проводятся тесты (фокус-группы) usability на прототипе приложения.



ЭТАПЫ РАЗРАБОТКИ

ПОДГОТОВКА

ПРОЕКТИРОВАНИЕ

СОЗДАНИЕ

ДИЗАЙН

КОДИРОВАНИЕ

ТЕСТИРОВАНИЕ

ДОКУМЕНТИРОВАНИЕ

ПОДДЕРЖКА

ВНЕДРЕНИЕ

СОПРОВОЖДЕНИЕ

СРЕДСТВА РАЗРАБОТКИ

iOS

ANDROID



Objective
C-Programming



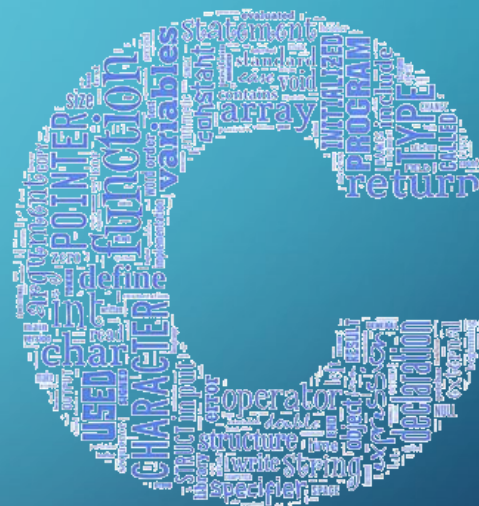
Swift



**iOS Developer
Program**



Java



eclipse

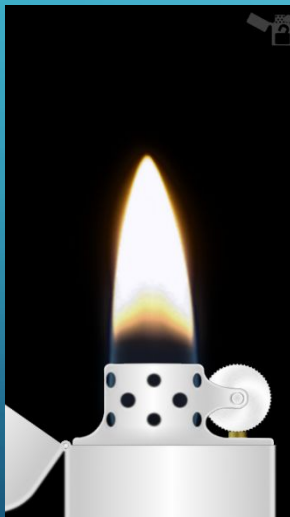


С ЧЕГО НАЧАТЬ РАЗРАБОТКУ

Промо-

приложения

Данный вид мобильных программ для многих компаний является своеобразной рекламой – недорогой и достаточно быстрой. Они не предлагают и не навязывают множество разнообразных функций, а наоборот несут простую, но в то же время яркую идею. Это больше привлекает владельцев мобильных телефонов.



Компания Zippo – одна из первых компаний, которая выпустила подобное приложение. Это была виртуальная зажигалка – приложение Virtual Zippo Lighter. Она имитировала поведение настоящей, можно было выбрать понравившийся дизайн из коллекции. Программа получила более 190 тыс. обзоров и комментариев пользователей. 1,5 года программа была в числе лучших приложений США.



ЧТО ПОСЛЕ РАЗРАБОТКИ

Продвижение приложений

- Потребители получают приложение в свой смартфон, скачивая его со специального веб-сайта маркета приложений.
- Это AppStore для iPhone, iPad
- И Play Market для всех Андроид-устройств (Samsung, HTC, Sony Ericsson и т.д.)
- Возможно продвижение приложений на этих маркетах.
- Вывод в ТОП-10 бесплатных приложений (увеличивает количество скачиваний в несколько раз).
- Вывод в ТОП по категориям.
- Поддержание в рейтинге приложений на желаемых позициях.
- Кампании сроком от недели.
- Так же приложение распространяется через другие носители компании, путем размещения ссылки на приложение (QR код) или отправкой sms потребителям.
- Возможно продвижение через специальные сайты с рейтингами и обзорами приложений.
- Через страницы в социальных сетях и другими способами.



App Store



Google play

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

Шатохина
Екатерина

ПИБ 41