

Andrej Remškar

Kako izdelati mobilno aplikacijo in z njo zaslužiti?



Andrej Remškar

- Creatim Ržišnik Perc
 - Spletna mesta: NLB, Mercator, Merkur, NZS, SZS, Unior, Kolektor, ...
- Outfit7
 - 3,6 milijard prenosov mobilnih aplikacij
 - 250 milijonov mesečno aktivnih uporabnikov



My Talking Tom

- 27 milijonov prenosov v prvem mesecu
- #1 igra v 135 državah
- tretja največkrat prenešana mobilna igra v 2014, šesta v 2015 (*source: AppAnnie*)

o. Aplikacija

- Rešuje problem
- Tehnično dovršena
- Uporabniki jo znajo uporabljati
- Usmerjena na prave platforme, trge ...



**WOW
NOBODY
CARES**

Velik in zasičen trg

- Prenosi jun 2014 – jun 2015
iOS: 25 mrd
Android: 50 mrd
- Ocena za 2015
225 mrd, polovica "neuradnih" (Kitajska, ...)
- Objavljenih aplikacij
iOS App Store: 2,3 mio, 50-70k novih na mesec
Google Play Store: 2 mio+
- Kako bodo uporabniki izvedeli za aplikacijo?

1. Promocija je pol posla

- PR: članki in druge objave, družabna omrežja, dogodki, interesne skupine, blogerji, novinarji, vplivni posamezniki
- Oglasi: Facebook, Twitter, Google, InMobi, Tapjoy, Chartboost ...
- *App store* materiali: ikona, ime, opis, ekrani, video, ključne besede (optimizacija)
- Obstoječi uporabniki, naročniki!

- Strokovno pripravljene materiali
- Testiranje, spremljanje uspešnosti

Odlična promocija + slaba aplikacija

>

Slaba promocija + odlična aplikacija

2. Analitika pomaga razumeti

- Kaj?
Stalno spremljanje "utripa" aplikacije
- Zakaj?
Odpravljanje ozkih grl, izboljšave, učenje
- Kako?
Aplikacija zabeleži akcije uporabnika in parametre,
ustrezno orodje prikaže dogajanje / uveljavljena orodja ali "custom"
- Načrtovano: cilji (nakup, uporaba orodja, ...), poti
- Vgrajeno že od začetka

2. Analitika – ključni kazalniki

- Downloads
- Engagement: ali uporabniki dosežajo zastavljene cilje?
- Session length, number of sessions: pogostost in dolžina uporabe
- Screen flow: pot skozi aplikacijo
- Retention (1d, 7d, 30d): kako dolgo zadržimo uporabnike?
- DAU, MAU: dnevni, mesečni aktivni uporabniki
- LTV, ARPU, ARPPU: različne "vrednosti" uporabnika
- Analiza po virih (cohort analysis)
- ...

3. Skrb za zaslužek

- Plačljive aplikacije
- Brezplačna aplikacija, plačljive vsebine (IAP)
- Naročnina
- Oglasi
 - različni formati, različni načini plačila (CPC, CPI, CPM ...)
 - video vse bolj popularen

3. Oglasi

- Ciljano
Sorodne aplikacije, sorodna tematika
- Kot orodje za doseganje dodatnih vsebin
Poglej video za bonus
- Čim manj "nasilno", testirati
- Nedvoumno, skladno s pravili!

HVALA!

Kontakt:

andrej@remskar.com