

И всё вам приложится

Раскопал ошеломляющие цифры относительно загрузок мобильных приложений для телефона. Мобильный трафик растёт у всех невероятными темпами и по многим товарным позициям уже составляет 70%, но не менее интересны сами по себе абсолютные цифры, итак, барабанная дробь! Ежеквартально загружается несколько миллиардов приложений (GooglePlay и IOS), не сотни и тысячи и даже не миллионы, а миллиарды. Последний квартал уже ушедшего года 2017 было загружено 27 млрд. мобильных приложений, в первом квартале нынешнего 2018 года 27,5 млрд загрузок и наконец во втором квартале 28,4 млрд. загрузок. Все цифры - только новые загрузки и не включают переустановки. GooglePlay сейчас лидирует со значительным отрывом по загрузкам от IOS на более чем в 10 млрд загрузок.

Но в разных странах скорость прироста была разной, если Google прирастал за счёт Индонезии, то IOS - за счёт США, Саудовской Аравии и, конечно, России. Чего больше всего качали? Самыми популярными были: спортивные, финансовые приложения и туризм. Значительный рост загрузок спортивных приложений был связан с завершившимся Чемпионатом мира по футболу 2018.

Прогноз по загрузкам приложений до 2022 года говорит, что Россия наряду с Китаем, Индией, США, Бразилией будет входить в пятёрку стран с самым активным потреблением мобильных приложений и, согласно прогнозу, количество установок за 5 лет вырастет на 55%, достигнув тем самым почти 7 млрд в год(!), в то время как у США ожидается спад загрузок на 9% в ближайшие 5 лет и по итогам прогноза составит 10,3 млрд загрузок. Стоит отметить, что население США в два раза выше, чем в России, а количество используемых приложений отличается всего на 30%, что говорит о более частом использовании в России приложений.

А вот по тратам от нас не ждут прорыва, в этом рейтинге Россия не входит в число лидеров ТОП5 - Лидируют, разумеется, Китай и США, там траты через приложения составят 62 млрд долларов и 29,7 млрд соответственно.

Т.е. мы качать-то качаем, но тратить в приложениях не торопимся. Хотя за 5 лет может всё сильно поменяться.

Как правильно прожить эти пять лет? Нужно понимать главное, что рынки рождаются, входят в фазу роста и зрелости, и рынок приложений сейчас пройдёт все эти стадии. Сейчас завершается **стадия экспериментов** с приложениями: люди их установили, попробовали - им понравилось, и они начали устанавливать их чаще. Следующая фаза **активного роста**: люди освоились с приложениями, понимают структуру предложения по приложениям, ищут необходимые для них приложения, рост загрузок растёт, но темпы роста начинают падать. **Стадия зрелости**: характеризуется маленькими темпами загрузок, но самым высоким заработком на приложениях.

С играми всё понятно, а что у нас с розничными приложениями? Как я упомянул, продажи в сегменте мобильного трафика по многим компаниям в этом году дошли до 70% от всех продаж в интернете, т.е. людям всех поколений становится всё привычнее покупать через

мобильные приложения. Для более молодого поколения цифровая среда мобильного приложения также привычна, как для людей старшего возраста была привычна дворовая территория для игр.

Рынок мобильных приложений очень высококонкурентен и динамично развивается, ритейлерам важно ориентироваться в нём, чтобы понимать в какие функции мобильных приложений стоит инвестировать свои деньги. К примеру, так ли важны push уведомления в телефоне при входе в магазин, является ли это дополнительным источником заработка для продавца или это раздражающий фактор для покупателя, который он постарается заблокировать на своём телефоне? Или дополненная реальность для таких категорий товаров как предметы для интерьера, мебель, острая необходимость или просто дополнительный сервис и т.д. Возможности мобильных приложений сейчас кажутся безграничными, но, к сожалению, финансовые возможности ритейлеров не столь безграничны, изучите рынок и смело действуйте на нём. И помните есть одна, но самая главная функция, ради которой все и пилят свои приложения — это сбор данных о потребителях, если вы этого не делаете, то вы упускаете самый главный тренд - анализ больших данных. И напоследок важное, не упустите момент - в гонку за покупателем включились и производители, которые хотят наладить канал взаимодействия работы с покупателем напрямую через интернет, через мобильные приложения, минуя розничную торговлю. Упустив из виду этот важный канал, вы рискуете, что он будет захвачен теми, кого вы ещё серьёзно-то и конкурентом не считаете.