

УДК 658.821:004
ББК 65.291:32.972
С30

Издано при поддержке
Group-IB

Семенчук В.

С30 Мобильное приложение как инструмент бизнеса / Вячеслав Семенчук. — М. : Альпина Паблишер, 2017. — 240 с.

ISBN 978-5-9614-6334-7

Мобильное приложение Uber использует бизнес-модель, которую можно применить в любой компании для сокращения расходов, повышения прибыли и улучшения логистики.

Мобильное приложение Pokemon Go дает возможность заработать не только своим владельцам, но и любому человеку и бизнесу, одновременно решая проблему малоподвижного образа жизни детей и взрослых.

Большие и маленькие банки, магазины, пиццерии, клубы, школы, салоны красоты, туроператоры, медцентры и службы доставки делают мобильные приложения, чтобы упростить управление бизнес-процессами, удержать постоянных клиентов и привлечь новых.

Из этой книги вы узнаете, как ваш бизнес, независимо от сферы деятельности, может создать собственное мобильное приложение, чтобы выжить в конкурентной борьбе, получить конкурентное преимущество, зарабатывать больше, проще и быстрее.

УДК 658.821:004
ББК 65.291:32.972

Все права защищены. Никакая часть этой книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме и какими бы то ни было средствами, включая размещение в сети интернет и в корпоративных сетях, а также запись в память ЭВМ, для частного или публичного использования, без письменного разрешения владельца авторских прав. По вопросу организации доступа к электронной библиотеке издательства обращайтесь по адресу mylib@alpina.ru

© В. Семенчук, 2016
© ООО «Интеллектуальная Литература»,
2017

ISBN 978-5-9614-6334-7

Оглавление

Предисловие от Group-IB	7
Предисловие	11
ГЛАВА 1. Делай деньги!	
ПРИЛОЖЕНИЕ, ПЕРЕВЕРНУВШЕЕ МИР	15
ПОДРЫВНЫЕ ИННОВАЦИИ	18
БЫТЬ ИЛИ НЕ БЫТЬ ПРИБЫЛИ?	21
ПОКЕМОНЫ, ПРИНОСЯЩИЕ ДЕНЬГИ	22
БЫВАЕТ ДЕШЕВО, БЫВАЕТ ДОРОГО	27
НЕ ТОЛЬКО ДЛЯ САМЫХ КРУПНЫХ	34
ГЛАВА 2. Джинн из смартфона	
МОБИЛЬНОЕ ПРИЛОЖЕНИЕ	37
НЕМНОГО ПОЗНАВАТЕЛЬНОЙ ИСТОРИИ	41
СМАРТФОНЫ РЕАЛЬНО АТАКУЮТ!	44
КОНКУРЕНТЫ ДЖИННА	46
ГЛАВА 3. Способы монетизации	
ДЕНЕЖНАЯ КНОПКА	49
КАК ЕЕ ИСПОЛЬЗОВАТЬ?	53
БЕСПЛАТНЫЕ ПРИЛОЖЕНИЯ	58
БЕСПЛАТНЫЕ ПРИЛОЖЕНИЯ С РЕКЛАМОЙ	61

ПЛАТНЫЕ ПРИЛОЖЕНИЯ	63
УСЛОВНО БЕСПЛАТНЫЕ ПРИЛОЖЕНИЯ	65

ГЛАВА 4.

Поиск и выбор идеи

ЗАГЛЯНИТЕ В МАГАЗИНЫ ПРИЛОЖЕНИЙ	72
КОНКУРИРУЮЩИЕ ПРИЛОЖЕНИЯ	75
ГДЕ БРАТЬ ИДЕИ?	78
МЕТОДИКА ВАЛИДАЦИИ ИДЕИ	83
ВОЗМОЖНОСТИ МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ	86
ВАЖНОСТЬ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ (ИДЕАЛЬНЫХ КЛИЕНТОВ)	97
КТО ВАША ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ, ИЛИ ИДЕАЛЬНЫЙ КЛИЕНТ?	99
ЦЕНА ПРИЛОЖЕНИЯ	105

ГЛАВА 5.

Для бизнеса и как бизнес

ТРУДНОСТИ КЛАССИФИКАЦИИ	109
ИГРОВАЯ ИНДУСТРИЯ	111
БРЕНДИРОВАННОЕ ПРИЛОЖЕНИЕ	113
ОНЛАЙН-СЕРВИС	115
СПОСОБ СВЯЗИ С КЛИЕНТАМИ	116
АВТОМАТИЗАЦИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ	118
УПРАВЛЕНИЕ БИЗНЕСОМ	121

ГЛАВА 6.

Подготовка к разработке

ПИАР ДО ЗАПУСКА	123
ВЫБОР РАЗРАБОТЧИКА	128
ПЕРЕГОВОРЫ С РАЗРАБОТЧИКАМИ	135
ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ СОБСТВЕННОСТЬ	142
ЮРИДИЧЕСКАЯ ПОМОЩЬ	145
ДОГОВОР С РАЗРАБОТЧИКАМИ	147
СОГЛАШЕНИЕ С ПОЛЬЗОВАТЕЛЯМИ	152
ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ	154

ГЛАВА 7.

Разработка мобильного приложения

НАЧАЛО	158
НЕЙМИНГ	163
ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИЙ ИНТЕРФЕЙС	166
ПРОТОТИП	171
ДИЗАЙН	173
ПРОГРАММИРОВАНИЕ	178
ПЕРВАЯ ВЕРСИЯ ПРИЛОЖЕНИЯ И ЕГО ТЕСТИРОВАНИЕ	181
АУДИТ И БЕЗОПАСНОСТЬ МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ	185

ГЛАВА 8.

Маркетинг мобильного приложения

ИНОЙ МАРКЕТИНГ	189
СЛОВА И ЛЮДИ	195
ПРИВЛЕЧЕНИЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ	202
ДЕНЬ ЗАПУСКА	217
АНАЛИТИКА	221

Послесловие	229
-------------	-----

Благодарности	231
---------------	-----

Информация об авторе	234
----------------------	-----

Информация о Group-IB	236
-----------------------	-----