

Кутуков А.П.

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Л.И. Пугина
Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного
учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23
E-mail: ant.kutt@yandex.ru*

Проблемы использования мобильных приложений для продвижения коммерческих организаций

На 2017 год количество пользователей интернета в Российской Федерации в возрасте от 16-и лет и старше составило 84 миллиона человек. Из них ежемесячно мобильным интернетом пользуются 62 миллиона россиян, что составляет 73,8% от общего числа пользователей. Таким образом, наиболее предпочтительными для коммерческих организаций являются именно мобильные пользователи. Так как в нашей стране доступ к быстрому интернету часто отсутствует в отдельных локальных точках доступа даже в Москве, пользователи на мобильных устройствах часто предпочитают сайтам мобильные приложения. Это происходит потому, что последним нужно подгружать намного меньше информации. Исходя из этого, многие представители рынка розничных продаж стали создавать собственные мобильные приложения.

Например, так сделало ОАО «Магнит». Их приложение предлагало пользователям составлять списки покупок, искать магазины поблизости, информировало об акциях. Но количество скачиваний составило лишь 1 млн. человек, что критически мало для такой крупной организации. А средняя оценка качества приложения составила лишь 3,7 балла. Проанализировав, можно сделать вывод, что произошло это по следующим причинам:

- Пользователи не готовы выделять место в памяти своих устройств для приложений от каждого магазина.
- Собственное приложение трудно продвигать на электронных торговых площадках, в виду сильной конкуренции от специализированных только на интернет-продажах фирм.
- Трудности в создании востребованного функционала для мобильных приложений подобного рода.

Если с продвижением своей продукции при помощи собственных мобильных приложений не справляются такие крупные организации, то малому и среднему бизнесу данный способ развития так же не подходит.

ОАО «Магнит» решило данную проблему при помощи интеграции с уже популярными мобильными приложениями. Организация заключило партнёрские отношения с создателями приложения «Едадил», специализированном на подборе акций из различных магазинов. Количество пользователей последнего приложения составляет 5 млн. человек. А средняя оценка качества 4,7 балла. К тому же подобная интеграция обходится в разы дешевле, чем содержание собственного мобильного приложения.

Исходя из выше сказанного, можно сделать вывод, что коммерческим организациям не стоит тратить ресурсы на создание собственных мобильных приложений, лучше использовать интеграции со специализированными мобильными сервисами.

Подобные интеграции следует проводить по следующей схеме: поиск сервиса, работающего в нужной нише; изучение особенностей продвижения продукции на данном сервисе; установление контактов; размещение продукции; продвижение продукции.

Например, для объекта исследования ООО «Кедр-М», занимающимся продажами мебели, идеально подходит мобильное приложение «Houzz». Данный сервис специализируется на дизайне интерьеров, подборе и продаже мебели под них. Приложение имеет 10 млн. пользователей (из РФ количество уникальных пользователей 120 тыс. чел.), средняя оценка качества 4,6 балла. В «Houzz» востребованы услуги дизайнеров, поэтому продвижение продукции на данном сервисе заключается в следующем: установление контактов с дизайнерами; договор об использовании вашей продукции в дизайне интерьеров для их

клиентов. Таким образом, ООО «Кедр-М» сможет привлечь большое количество целевой мобильной аудитории, увеличить продажи и не потратит крупные ресурсы для создания и содержания собственного мобильного приложения.

Литература

1. «Развитие интернета и его значение», http://www.bizhit.ru/index/users_count/0-151
2. «Статистика скачиваний и опыта использования мобильных приложений», <https://play.google.com/store/apps>
3. «Houzz открывает офис в России», <http://rb.ru/news/houzz>