

Как не надо делать мобильные приложения

Авлочинская Татьяна

Менеджер продуктов, Softeq Development / zGames

О нас



@zgames



facebook.com/zgames



Проблемы, с которыми мы столкнулись

Разработка



Особенности платформ

- iOS
 - App Store билды тоже надо тестировать
 - Долго апривят
 - Суппорт бесчеловечный



Особенности платформ

- Android
 - не меняйте пароль от Merchant аккаунта
 - Суппорта нет вообще
 - Тестирование ин-апов - сложно



Особенности платформ

- Bada
 - Очень сырая платформа
 - Корявый маркет
 - Разные билды для кучи девайсов
 - Мучительный процесс апрува
 - Суппорт: спасибо, что ЖИВОЙ



Кроссплатформенность

- Бизнес-приложения: HTML5, PhoneGap
- Игры: Cocos 2D-x, Unity3D, Marmalade



Размер имеет значение

- Маленький проект лучше, чем большой
- Фреймворки весят много
- Apple считает что $1 \text{ Гб} == 1000 \text{ Мб}$



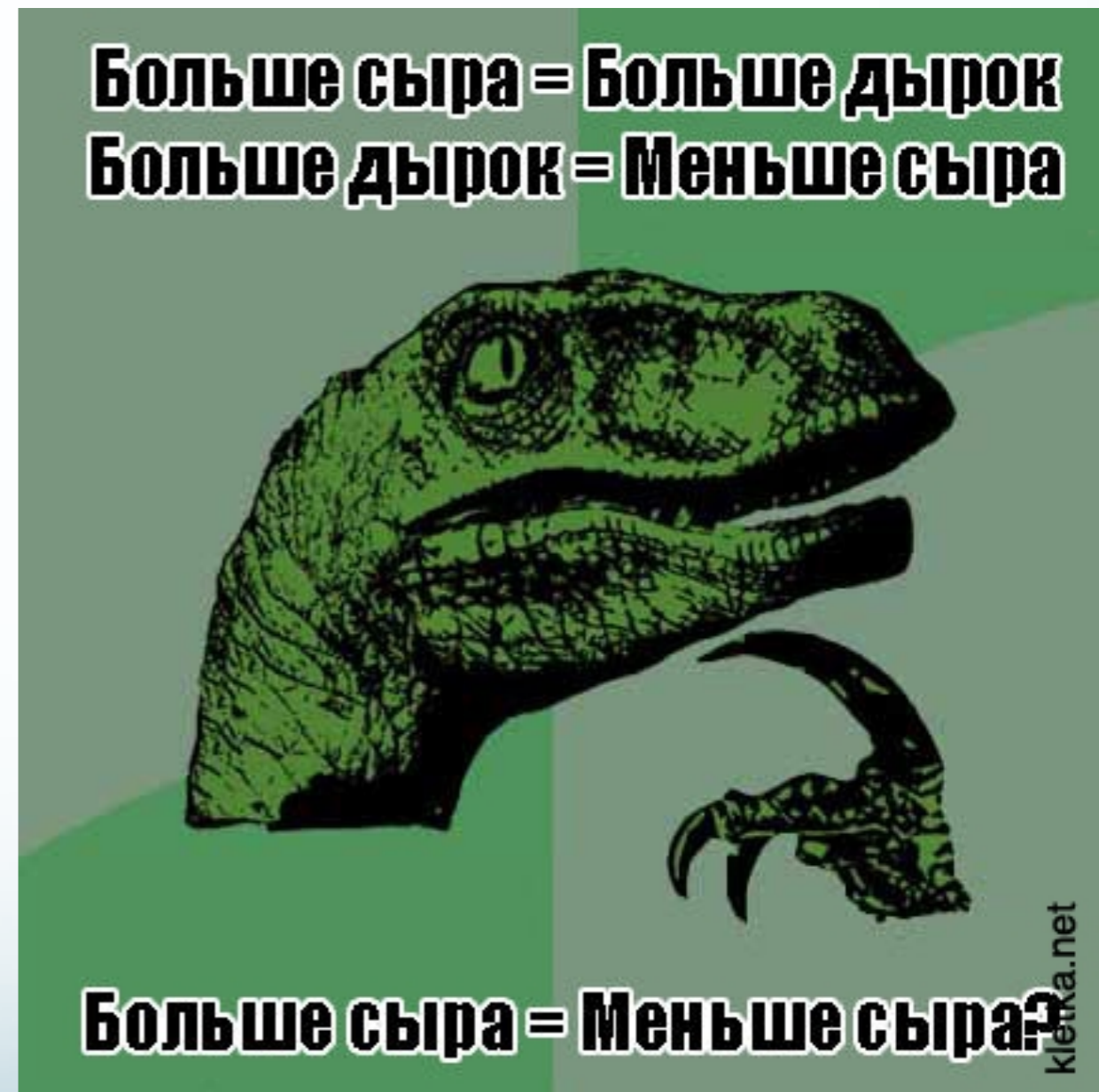
Проблемы, с которыми мы столкнулись

Маркетинг



Делать или не делать

- Кэп советует:
 - Не делать приложения без исследования рынка
 - Оценить бюджет с опытными людьми или с издателем



Универсальные приложения

- Круто, но тяжело
 - Размер приложения увеличивается
- Поддержка iPad – очень важно для игровых проектов



Универсальность

Не всегда означает удобство

Реклама

- Большой выбор провайдеров – не у всех есть реклама по всему миру
- AdWhirl – неплохой тул, но корявый
- Крупная красивая реклама на планшетах:
 - Google AdChoices
 - MobFox
 - iAd (iOS only)



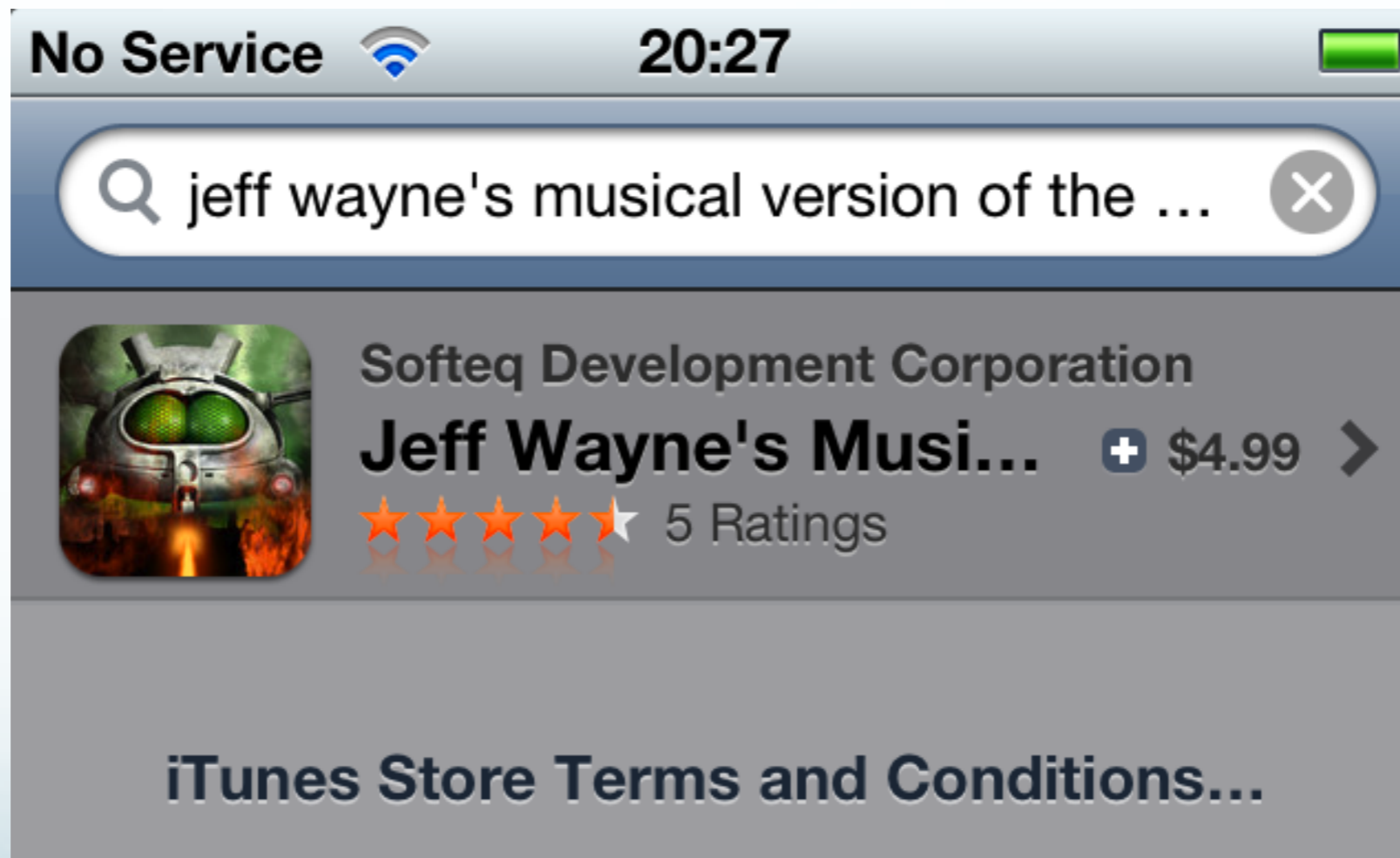
Ценообразование

- Снижение цены:
работает до 0.99 или
1.99
- Если ваше приложение
– в премиум сегменте,
цену можно не снижать,
несмотря на жалобы в
ОТЗЫВАХ



Имя приложения

- Чем короче, тем лучше



Продвижение

- Видеообзор – нужен
 - Особенно если приложение платное
- Любите блоггеров
 - Дайте им промокод
 - А для инаппов промокодов нет
- Фичерение от Apple
 - Небольшой эффект по сравнению с обзорами в блогах



Вопросы

Татьяна Авлочинская



@trinya



trinushka@gmail.com



trinushka