

Анализ Рынка Мобильных Приложений, 2016

<https://marketpublishers.ru/r/A6AF8B28B40RU.html>

Дата: 30.09.2018

Страниц: 30

Цена: 45 000 руб. (Лицензия на одного пользователя)

Артикул: A6AF8B28B40RU

Описание

Гигантскими темпами растущий рынок непосредственно мобильных приложений, рост которого составляет порядка 17-20% ежегодно. При этом важным фактором успеха выступает популярность категории «электронная коммерция/ритейл», к которой можно отнести мобильные приложения: пользователи чаще всего используют приложения именно данной категории, запуская их в общей сложности 17 раз в месяц. Данный фактор подкреплен растущей популярностью онлайн-шоппинга как такового и активным выходом торговых компаний и сетей на просторы сети интернет.

Высокая конкуренция вынуждает компании искать всё новые способы продвижения продукта или услуги, задумываться, как сделать новых клиентов постоянными, привлечь и удержать их внимание надолго. Программа лояльности поможет в достижении этих целей, но к её формированию нужно подойти с умом.

Одним из активнейших сегментов, использующих карты лояльности, как известно, является продуктовый ритейл.

Кризис заставляет покупателей искать новые возможности для экономии. По данным Nielsen, в России 76% потребителей пойдут к тому ритейлеру, в чьей программе лояльности они участвуют. развитие программ лояльности и персонализация покупательского опыта стали современным трендом в российском ритейле. Это способствует повышению трафика и среднего чека ритейлера и увеличивает его вес в структуре расходов потребителя.

"Российские потребители любят участвовать в акциях и в текущих экономических условиях охотно ищут выгодные предложения, а участие в программах лояльности во многом дает им такую возможность .

Дисконтно-накопительные программы, в отличие от дисконтных программ с фиксированной скидкой, заметно более широко распространены среди предприятий розничной торговли, поскольку имеют с одной стороны растущую со временем

экономическую выгоду для клиентов, с другой стороны стимулируют потребителя чаще совершать покупки, поскольку увеличение размера скидки напрямую зависит от потраченных сумм.

На рынке также присутствует большое количество бонусных программ лояльности в таких секторах как продовольственных и непродовольственных ритейл, общественное питание. Кобрендинговые программы лояльности – это особый вид программ лояльности, основывающийся на объединении маркетинговых усилий двух или более брендов при управлении лояльностью клиентов с целью получения наибольшего преимущества от сотрудничества.

Пластиковые дисконтные карты уже давно живут в кошельках. Почти каждый магазин имеет свои карты для постоянных покупателей. Количество карт увеличивается, они не влезают в кошелек, теряются, портятся, забываются... Решение этой проблемы – «виртуальная карта».

Содержание

1. РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА

1.1. Команда

Описание бизнес-идеи

Аналоги проекта

Состояние отрасли

1.3. Суть проекта

1.4. Актуальность проекта

1.5. Инициаторы проекта

1.6. Цели в денежном выражении

2. АНАЛИЗ РЫНКА

2.1. Потребители и проблемы рынка

2.1.1. Клиенты и сегменты

2.1.2. Решение проблем рынка конкурентами и субститутами

2.1.3. Решение компании/продукта (технология)

2.2. Конкуренты

2.2.1. Конкурентное окружение

2.2.2. Конкурентный анализ

2.2.3. Конкурентные преимущества продукта

2.3. Оценка рынка и перспективы

2.3.1. Перспективы рынка (возможности)

2.3.2. Поведение потребителей

2.3.3. Рынок мобильных приложений

2.4. Выводы

2.4.1. Тренды рынка

ВЫВОДЫ ПО РЫНКУ

Список Таблиц

СПИСОК ТАБЛИЦ

Таблица 1 Типы конкурентных компаний и субститутов

Таблица 2 Характеристика основных конкурентов

Таблица 3 Преимущества и недостатки конкурентов

Таблица 4 Конкурентные преимущества продукта

Список Диаграмм

СПИСОК ДИАГРАММ

Диаграмма 1. Долевое соотношение популярности категорий программ лояльности, ТОП-7

Диаграмма 2. Уровень проникновения интернет по регионам мира, в %

Диаграмма 3. Динамика численности пользователей смартфонов в мире, 2014-2019 гг., млрд. чел.

Диаграмма 4. Количество пользователей смартфонов в мире, 2013-2018 гг., млрд. чел.

Диаграмма 5. Использование смартфона с целью шоппинга

Диаграмма 6. Наиболее популярные среди пользователей цели использования смартфона

Диаграмма 7. Динамика рынка стоимостного объема рынка мобильных приложений, весь мир, млрд. долл. США, 2015-2020 гг.

Диаграмма 8. Динамика численности загрузок мобильных приложений, весь мир, млрд. шт., 2009-2017гг.

Диаграмма 9. Соотношение долей платных и бесплатных приложений в общем числе загрузок

Диаграмма 10. Сегментация загрузок приложений в разрезе сторов (магазинов), млрд. долл. США

Диаграмма 11. Частота использований приложений различных категорий, сессий в месяц, среднее значение

Оформление заказа

Название: Анализ Рынка Мобильных Приложений, 2016

Ссылка: <https://marketpublishers.ru/r/A6AF8B28B40RU.html>

Цена: 45 000 руб.

Если вы хотите заказать расширенную лицензию или печатную версию, пожалуйста, свяжитесь с нашей службой поддержки клиентов:

info@marketpublishers.ru

Оплата

Для оплаты кредитной картой (Visa, MasterCard, МИР), пожалуйста, нажмите кнопку "Купить сейчас" на странице отчета:

<https://marketpublishers.ru/r/A6AF8B28B40RU.html>