

# Анализ Рынка Мобильных Приложений, 2016



Телефон: +7 (495) 9692718  
Факс: +44 207 900 3970  
office@marketpublishers.ru  
<http://marketpublishers.ru>

## Анализ Рынка Мобильных Приложений, 2016

Дата:	Октябрь, 2016
Страниц:	30
Цена:	22 000 руб.
Артикул:	A6AF8B28B40RU

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

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

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:** <http://marketpublishers.ru/r/A6AF8B28B40RU.html>  
**Артикул:** A6AF8B28B40RU  
**Цена:** 22 000 руб. (Single User License / Electronic Delivery)

В случае приобретения Corporate License или печатной версии, пожалуйста, обратитесь в службу поддержки покупателей по электронному адресу [office@marketpublishers.ru](mailto:office@marketpublishers.ru)

## Оплата

Для оплаты по кредитной карте (Visa, MasterCard, American Express, PayPal) используйте кнопку "BUY NOW" на странице <http://marketpublishers.ru/r/A6AF8B28B40RU.html>

Для осуществления денежного перевода (Wire Transfer), пожалуйста, внесите Ваши контактные данные в форму:

Имя:  
Фамилия:  
E-mail:  
Компания:  
Адрес:  
Город:  
Индекс:  
Страна:  
Телефон:  
Факс:  
Комментарии:

\* Все поля обязательны к заполнению

ПОДПИСЬ \_\_\_\_\_

При оформлении заказа на сайте MarketPublishers.ru, Вы соглашаетесь с условиями публичного договора оферты, размещенного на [http://marketpublishers.ru/docs/terms\\_conditions.html](http://marketpublishers.ru/docs/terms_conditions.html)

Для размещения заказа по факсу, пожалуйста, распечатайте форму, внесите необходимые данные и отправьте по факсу **+44 20 7900 3970**