



**Магазины приложений.
Новые стратегии ведущих игроков рынка.**



*mobile pioneering
sicap – simply your solution*



- I. Мобильные приложения**
- II. Рынок независимых магазинов
- III. Стратегии операторов связи
- IV. Прогнозы развития



Мировые аналитики оставили без изменений прогноз по росту рынка мобильных приложений до 2014 года



Причины роста потребления мобильных приложений

Рост количества смартфонов

- Предполагается увеличение доли с существующих 16,8% до 43,6% в 2011-13 годах
- Доступный Интернет стимулирует рост потребления приложений

Новые каналы продаж

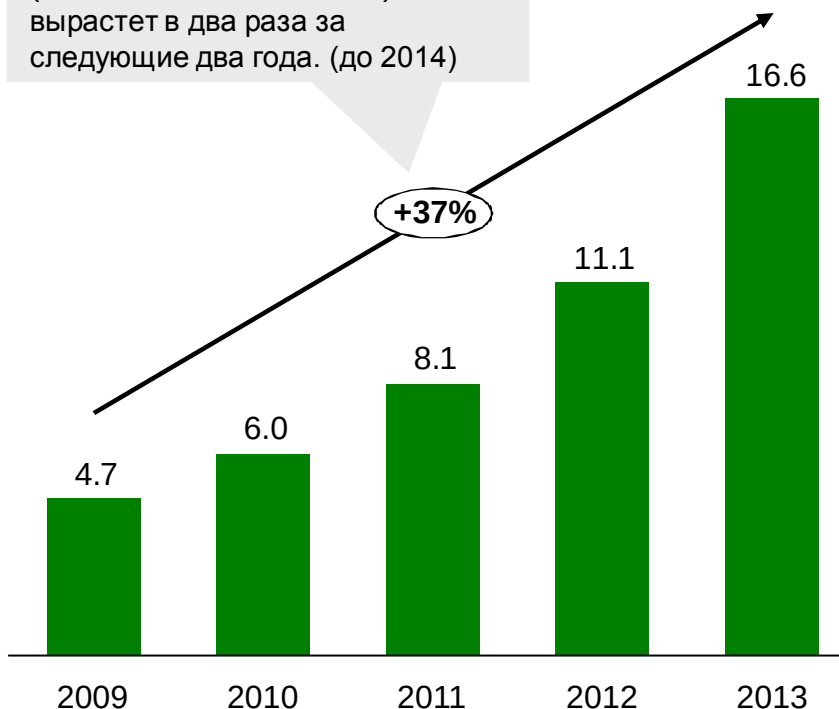
- Открытие новых магазинов приложений
- Рост популярности существующих магазинов приложений

Рост количества доступных приложений

- Разработка новых приложений
- Рост культа отдельных приложений (Angry Birds, Shazam, FourSquare)
- Рост использования существующих приложений

Объем мирового рынка мобильных приложений (bln. Of USD)

Согласно прогнозу аналитиков (Gartner, Frost and Sullivan) вырастет в два раза за следующие два года. (до 2014)



Source: Frost and Sullivan, Gartner

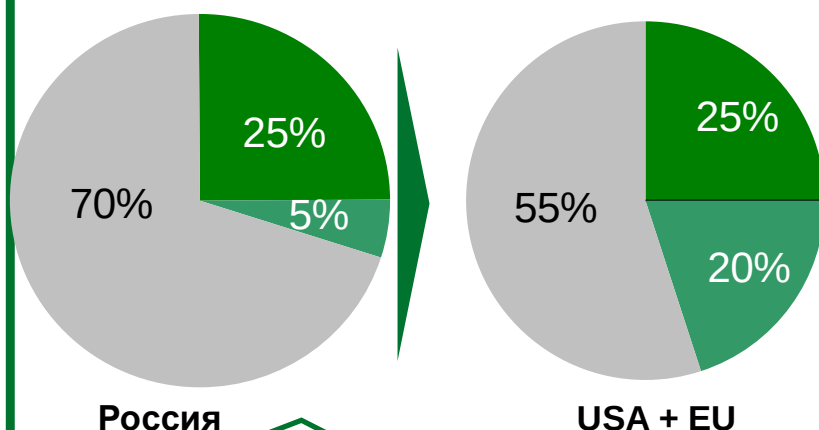


Ожидается рост российского рынка в 2,3 раза до 2014 (ожидаемый объем – 97 млн. USD)



В отличие от США и ЕС, на игры и Java-приложения приходятся основные продажи в РФ

Структура продаж игр и приложений
Процентов



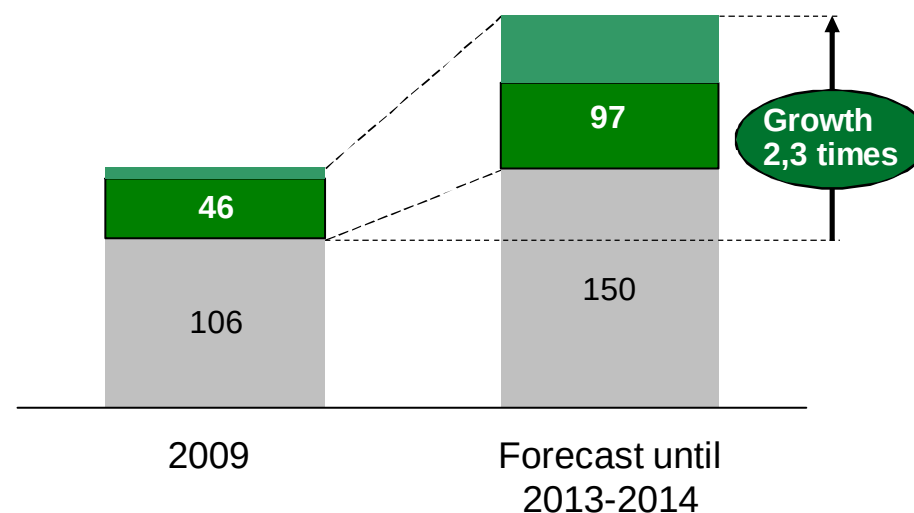
• Незрелость российского рынка приложений связана со следующими объективными факторами

- Низкое проникновение смартфонов
- Недостаточное количество приложений, представленных на рынке
- Отсутствие специализированных магазинов приложений

- Java apps
- Other OS apps
- Java games

К 2014 г. структура российского рынка приблизится к США и ЕС, что приведет к росту продаж игр и приложений на 63%

Объем российского рынка игр и приложений
млн. долл. США



• Прогнозы на 2010-13 гг.

- Продажи игр – органический рост на 8-10% в год
- Продажи приложений – быстрый рост на ~21% за счет частично ликвидации факторов, сдерживающих развития рынка
- Доля Java-приложений будет падать в связи с увеличением количества смартфонов

Источник: Экспертные оценки прошлого форума

mobile pioneering
sicap – simply your solution



- I. Мобильные приложения
- II. Рынок независимых магазинов**
- III. Стратегии операторов связи
- IV. Прогнозы развития



В 2011 произошел рост количества магазинов приложений на 30%



В начале 2010 на рынке существовало более 80 магазинов приложений

- Рост количества независимых магазинов приложений
- Рост количества операторских магазинов приложений
- Формирование «фокусированных» магазинов приложений

На Сентябрь 2011 на рынке существует более 120 магазинов приложений

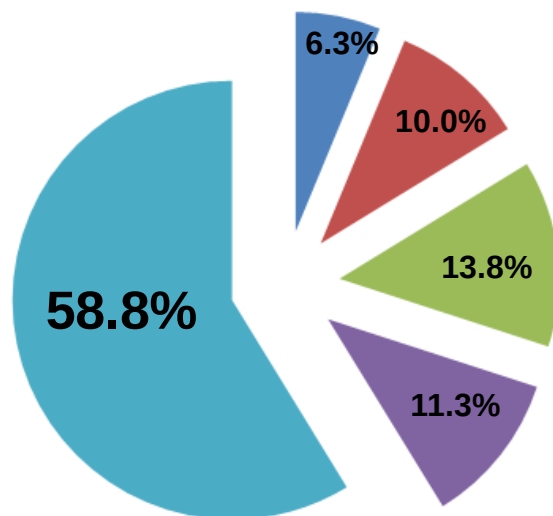
- «Отмирание» 15% независимых магазинов приложений
- Уменьшение финансирования развития технологий магазинов со стороны некоторых вендоров
- Слияния и поглощения на рынке магазинов приложений
- Бурный рост операторских магазинов приложений



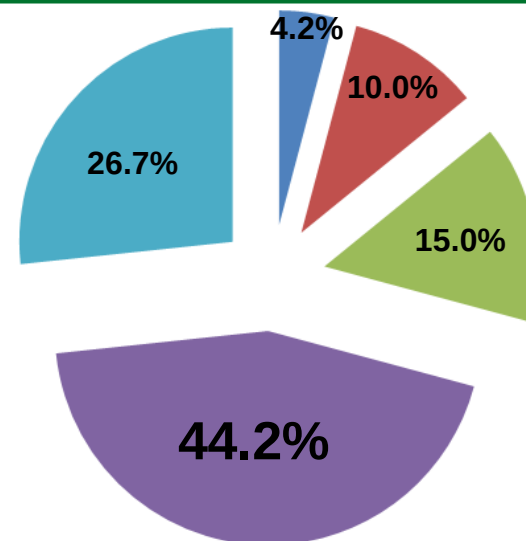
Уменьшение количества независимых магазинов компенсировалось ростом операторских магазинов



Магазины приложений 2010



Магазины приложений 2011



■ OS Apps Stores ■ Manufacturer Apps Stores ■ Vendors Apps stores ■ Operators Apps Stores ■ Independent Apps Stores

Наиболее громкие M&A



- I. Мобильные приложения
- II. Рынок независимых магазинов
- III. Стратегии операторов связи**
- IV. Прогнозы развития



Три базовые стратегии развития операторских магазинов приложений



В 2010 было около 80 магазинов от четырех типов производителей

Поставщики операционнок



- Поддержка приложений только для своей ОС
- Цели:
Продвижение своей операционки
- Результаты:
Лидирующие положения на рынке без шансов к уменьшению

Производители телефонов

- Доступны только на своих телефонах.
- Цели:
Увеличение привлекательности своих телефонов
- Результаты:
«Вторая волна» по популярности магазинов приложений

Операторы связи



- Доступны только для одной сети
- Цели:
Увеличение лояльности своих абонентов.
- Результаты:
«Робкая» попытка конкурировать с лидерами рынка

Независимые поставщики



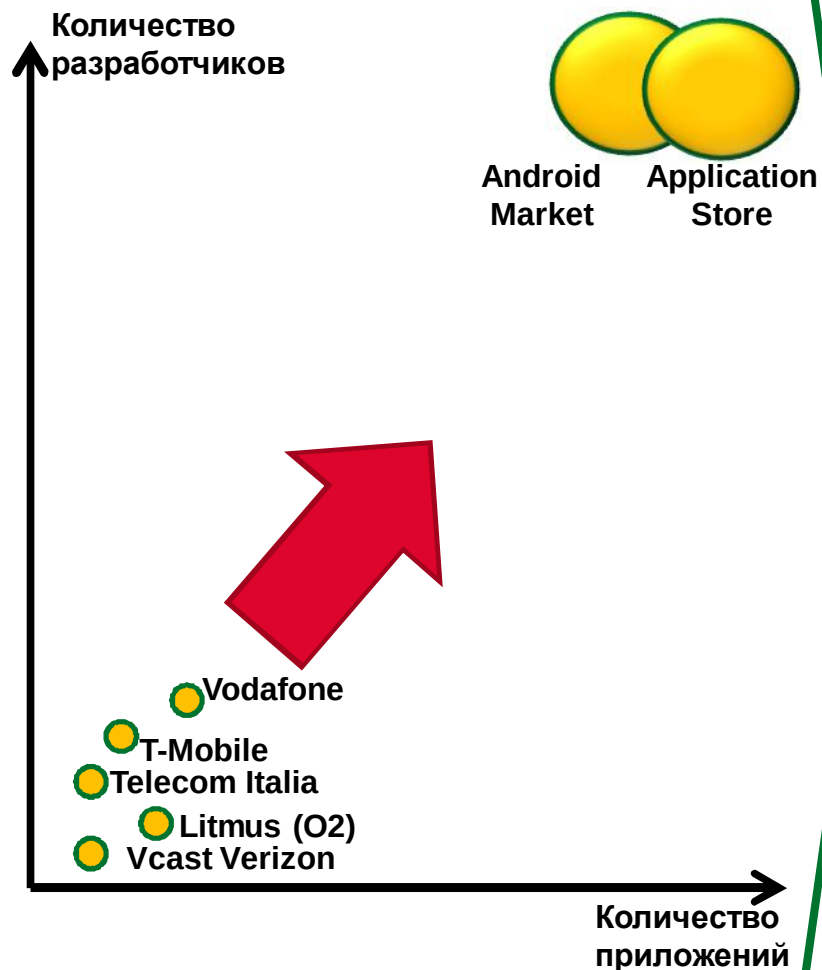
- Фокусировка на партнерстве с операторами.
- Цели:
Монетизация приложений
- Результаты:
Успешны только при работе с оператором

1. Создание собственных приложений и их дистрибуция через существующие магазины приложений (Android Market, Application Store)
2. Создание co-branded магазинов приложений с независимыми поставщиками
3. Создание собственного магазина приложений

Попытка конкуренции с лидерами магазинов не увенчалась успехом для Операторов



Невозможность достигнуть лидеров рынка...



...и причины ее возникновения

- Отличное Usability существующих магазинов приложений и их полная интеграция с мобильными телефонами
- Работа с разработчиками никогда не являлась для операторов «основным бизнесом»
- Для своего позиционирования на рынке операторам необходимо было создать принципиально новый подход к продаже приложений (USP)
- Развитие полноценной инфраструктуры магазина приложений требует огромных инвестиций со стороны Оператора

От «Open Garden» к Boutique стратегии – главный вектор развития магазинов приложений ведущих операторов

Стратегия «Open Garden» от Android Market и Application Store

- В магазине могут быть размещены любые приложения, удовлетворяющие минимальным требованиям магазина (no piracy, no fraud, no viruses)
- Приложение может быть на любом языке и для любого рынка
- Стандартная модель разделения доходов (70 / 30) для всех, и для разработчиков и для мерчантов
- Рейтинги приложений в магазине определяются автоматически
- Владелец магазина не несет ответственности за промо и за Customer Care

VS

Стратегия Boutique Apps Shop

- В магазине приложений оператора могут быть размещены только высокоэффективные и/или брендированные приложения
- Приложение должно быть локализовано под требования оператора
- Привычная модель разделения доходов (70/30) заменяется «персональными» договоренностями или более гибкой «стандартной» моделью
- Оператор берет на себя ответственность за определение, какие приложения считать «крутыми»
- Оператор берет на себя ответственность за продвижение приложений и Customer Care

Vodafone является лидером европейского рынка магазинов приложений



- Абоненты - 19,3 млн.
- ARPU - 25,01 Euro
- MOU - 185 min/month
- Величина доп. услуг в доходе – 37,69%
- Величина VAS в доходе – 26,24%
- VAS ARPU – 5,11 Euro
- Процент смартфонов в сети – 32,4%

Существующий магазин приложений

Детальная информация

- Запуск магазина - апрель 2008
- Технологическая платформа собственной разработки
- Более 32 000 приложений
- Операционные системы JIL и Android
- Бесплатные приложения - 64%
- Revenue Sharing - 70% для разработчиков

Стратегия развития магазина

- Постепенная миграция от «Open Garden» магазина к Boutique Shop
- Формирование более гибких схем взаиморасчетов с разработчиками
- Формирование содержания магазина на основании анализа потребностей абонентов



Стратегия Boutique исконно являлась основной стратегией магазина Orange



- Абоненты - 29,1 млн.
- ARPU - 31,58 Euro
- MOU - 192 min/month
- Величина доп. услуг в доходе – 35,30%
- Величина VAS в доходе – 28,14%
- VAS ARPU – 6,07 Euro
- Процент смартфонов в сети – 34,1%

Существующий магазин приложений

Детальная информация

- Запуск магазина - апрель 2009
- Технологическая платформа собственной разработки
- Около 5 600 приложений
- Операционные системы J2ME, BlackBerry, Symbian и Android
- Бесплатные приложения - 48%
- Гибкая схема взаиморасчетов с разработчиками

Стратегия развития магазина

- Сохранение стратегии Boutique для всех стран Orange
- Ротация контента в соответствии с внутренним анализом по количеству продаж приложений
- Предустановка Магазина во все брендированные телефоны



Развитие собственных приложений и партнерство с глобальными игроками по созданию экосистемы



- Абоненты - 3,1 млн.
- ARPU - 37,95 Euro
- MOU - 223 min/month
- Величина доп. услуг в доходе – 16,30%
- Величина VAS в доходе – 8,23%
- VAS ARPU – 5,12 Euro
- Процент смартфонов в сети – 38,7%

Существующий магазин приложений

Детальная информация

- Разработка собственных брендованных приложений с 2009 года
- Использование собственных витрин для распространения приложений
- Операционные системы J2ME, BlackBerry, Symbian и Android
- Полноценное участие в работе WAC по созданию новых экосистем магазинов приложений
- Заключение договора с Google на разработку системы управления локальными магазинами приложения для международных рынков Telenor

Стратегия развития магазина



Партнерство с Vodafone предоставила МТС возможность запустить первый в России операторский магазин



- Абоненты - 70,1 млн.
- ARPU - 6, 59 Euro
- MOU - 269 min/month
- Величина Data в доходе – 10,22%
- Величина VAS в доходе – 6,24%
- VAS ARPU – 0,41 Euro
- Процент смартфонов в сети – 14,1%

Существующий магазин приложений

Стратегия развития магазина

Детальная информация

- Запуск магазина приложений с Ноября 2010
- Использование технологической платформы Vodafone
- Более 7 000 приложений Android
- Более 5 000 разработчиков
- Бесплатные приложения – 82%
- Разделение доходов – 70% для разработчиков
- Постепенная миграция от «Open Garden» магазина к Boutique Shop
- Формирование более гибких схем взаиморасчетов с разработчиками
- Формирование содержания магазина на основании анализа потребностей абонентов



С Q1 2012 будет запущен магазин приложений компании Билайн



Beeline™

- Абоненты - 56,8 млн.
- ARPU - 8,13 Euro
- MOU - 243 min/month
- Величина Data в доходе – 7,6%
- VAS Penetration – 6,24%
- Data ARPU – 0,41 Euro
- Процент смартфонов в сети – 13,9%

Стратегия развития магазина

Детальная информация

- Запуск магазина планируется на Q1 2012
- Внедрение «Open Garden» модели для внешних разработчиков (работа через 6 агрегаторов контента)
- Поддержка следующих операционных систем: Android, J2ME, Symbian, Windows Mobile, BlackBerry



Большая популярность data услуг в МегаФон будет способствовать эффективности продаж приложений



- Абоненты - 59,7 млн.
- ARPU - 7,82 Euro
- MOU - 289 min/month
- Величина Data в доходе – 13,32%
- Величина VAS в доходе – 7,15%
- Data ARPU – 1,01 Euro
- Процент смартфонов в сети – 14,2%

Существующий магазин приложений

Детальная информация

- Продажа приложений пока только через WEB витрину (www.trava.ru)
- Разрабатывается мобильный клиент магазина приложений
- Более 10 000 приложений
- Бесплатные приложения – 42%
- Разделение доходов – 70% для разработчиков

Стратегия развития магазина

- Интеграция мобильной витрины магазина приложений с существующими площадками продажи приложений
- Работа с разработчиками по агрегационной модели



- I. Мобильные приложения
- II. Рынок независимых магазинов
- III. Стратегии операторов связи
- IV. Прогнозы развития**



Стратегия Boutique является своеобразной «агрегационной моделью» работы операторов с приложениями



Open Garden 2002

Эпоха расцвета рынка контента. Прямые контракты с партнерами.

- Зарождение рынка контента. Первые «интуитивные» модели сотрудничества (50 на 50)
- Низкая доля дохода контента и как следствие отсутствие гибкости у операторов связи
- Небольшое кол-во провайдеров на рынке, но быстрый экономический рост рынка
- Фокус исключительно на Voice и SMS сервисах

Walled Garden 2009

Эпоха расцвета рынка контента. Начало агрегационных моделей.

- Значительный рост количества партнеров, приведший к перегрузкам в CPA департаментах операторов
- Появление провайдеров инноваторов, и как результат появление провайдеров с нулевой доходностью
- Первые барьеры операторов – агрегационные модели
- Фокус исключительно на Voice и SMS сервисах

Что будет если настанет полный Boutique

-  Глобализация и стандартизация рынка разработок мобильных приложений
-  Уменьшение «пространства для маневра» для маленьких девелоперов.
-  Более качественный контент для абонентов
-  Уменьшение «балластного» контента в магазинах приложений.
-  Стимулирование рынка разработок мобильных приложений в укрупнению

Sincerely yours,
Roman Savvin
Business Development Director
Sicap AG, (Switzerland, Bern)
Mob: +40 7373 40 620
E-mail: Roman.Savvin@sicap.com



www.sicap.com



mobile pioneering
sicap – simply your solution

