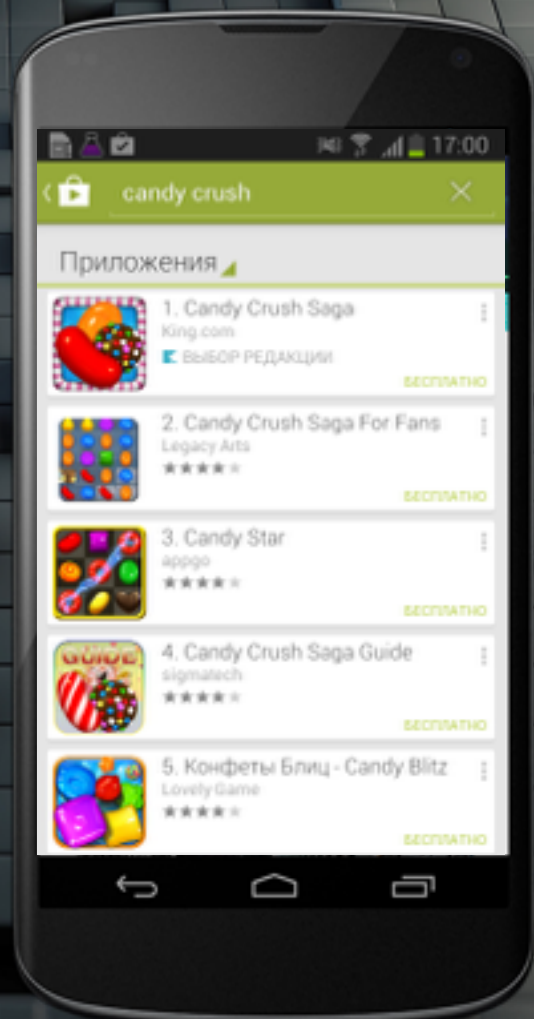
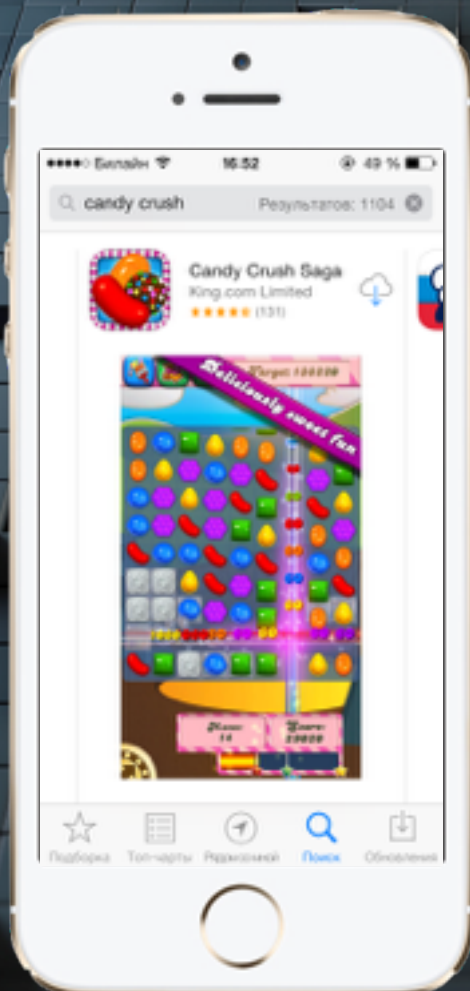




Продвижение мобильных
приложений

App Store Optimization

Как создать идеальную страницу приложения в App Store и Google Play и повысить органический трафик и конверсии в установки



Прежде чем начать продвижение приложения, нужно правильно оформить страницу в App Store и Google Play - это называется App Store оптимизация.

App Store оптимизация позволяет добиться двух вещей:

- **Увеличить discoverability.** Пользователи будут лучше находить ваше приложение в сторгах, за счет чего приток органических установок увеличится на 30-100%;
- **Повысить конверсию в установки.** Пользователи, пришедшие на страницу приложения, будут совершать установки в 1,5-2 раза чаще за счет создания более привлекательной страницы.

Как это сделать, вы узнаете из нашего руководства.



Повышаем приток органических пользователей в приложение

Название приложения

Ключевые слова в названии наиболее важны при ранжировании в результатах поиска как в App Store, так и в Google Play, поэтому не скупитесь добавлять их в название.

В App Store в название можно написать много всего, например, “Aviasales — авиабилеты дешево в 40 агентствах и 728 авиакомпаниях”. В Google Play поле для названия поменьше, но все равно “Aviasales — авиабилеты дешево” лучше, чем просто “Aviasales”. Приложение Lingualeo вообще называется “Английский язык с Лео”, и благодаря этому находится в топ-3 App Store по запросу “английский язык”.

Кроме того, из названия должно быть понятно, о чем приложение, поэтому кроме самого названия полезно написать краткое описание рядом.

Ключевые слова

Ключевые слова - это главное после названия, что влияет на позицию приложения в поиске по тем или иным запросам.

В Google Play и App Store разные подходы к ключевым словам

В App Store для ключевых слов есть отдельное поле, и очень важно правильно его заполнять:

- У вас есть всего 100 символов, включая запятые;
- Можно не использовать пробелы, чтобы сэкономить место;
- В каждой стране используются свои ключевые слова - необходимо полностью адаптировать их к каждой стране;
- Не повторяйте ключевые слова, которые уже есть в названии приложения или в названии компании-разработчика;
- Если вы хотите ввести словосочетание, используйте два ключевых слова, например: «найти,ресторан»;
- «Заказать» и «заказ» - это разные ключевые слова!

В Google Play нет отдельного поля с ключевыми словами. Включите основные ключевые запросы 5-7 раз в текст описания. Используйте словосочетания и фразы - они так же важны, как отдельные ключевые слова.

Подбираем ключевые слова

В обоих случаях на начальном этапе, пока у приложения еще мало скачиваний, используйте низкочастотные ключевые запросы. Например, для приложения такси ключевое слово “такси” на первом этапе будет слишком конкурентным - по этому запросу приложение будет далеко. Имеет смысл добавить запросы “заказать”, “заказ” и “вызов”, названия ключевых городов присутствия, названия тарифов. В итоге, например, по запросу “Такси Екатеринбург” приложение может оказаться на первом месте, что даст рост количества установок из поиска.

Сервисы, которые помогут

Очень важно мониторить, какие ключевые запросы используют конкуренты и на каких позициях относительно них вы находитесь в поисковой выдаче.

Есть много сервисов, которые помогут вам все это делать. Они обладают разными функциями. Вот наиболее популярные из них:

[Appnique](#), [Straply](#), [SensorTower](#), [AppCodes](#), [MobileDevHQ](#)

Все сервисы немного разные, но все призваны помочь провести правильную App Store оптимизацию. Вы можете выбрать для себя наиболее подходящие варианты.



The screenshot shows the AppCodes website interface. On the left, there's a sidebar with navigation links: Keywords, iPhone, iPad, Competitors, and Disperser. The main content area displays search results for the keyword "Racing Game 2000". It shows a table of search queries with columns for count, rank, position, search query, and chance. Below the table, there's a section titled "essence of AppCodes" with a note about using the service. On the right, there's a list of top games for the keyword "racing game", including "CSR Racing", "Fastlane Street Racing Lite", "Bike Race Free by Top Free Games", "Racing Penguin, Flying Free - by Top Free Games", and "Road Warrior Racing Multiplayer - by Top Free Apps and Games".

count	rank	pos.	search query	chance
>100	==	==	fighting game	32 - >
>100	no	==	laser game	32 - >
>100	==	==	racing game	43 47% >
>100	==	==	robot game	32 47% >
>100	==	==	robots	33 42% >
>100	==	==	wheels	32 42% >
25	no	==	fighter robots	- - >
13	no	==	sexy robots	- 93% >
0	no	==	robots on wheels	- 93% >

at click on row to see charts

essence of AppCodes

Your notes:
e.g. words that didn't fit, but you might test them in next version, ones that didn't work out, etc.

Use? Not satisfied? Feedback / support

Delete this app Save

Max Chance: 52% Popularity: 43 Count: 181
(device search, not iTunes search, results: more people search this way)

1. **CSR Racing**
★★★★★ 4170 ratings (543865 total)
est. 113,000/976,000 dls monthlytotal (more from Xyologic)
allocations, allowance, apo, argent, ar, amasta, att, atts, attach, attacker, banca, banco, bank, banque, bme, caja, calle, camions, car, car, camera, camera, case, caveau, center, chevrolet, chips, coffe, conduct, corrector, comedor, corregidor, comers, custom, d, de, del, di, diners, dia...

2. **Fastlane Street Racing Lite**
★★★★★ 1981 ratings (245769 total)
est. 87,000/12,200,000 dls monthlytotal (more from Xyologic)
3d, car, center, fast gamecenter, graphica, graphite, grati, gratites, racing, street thr, threee

3. **Bike Race Free by Top Free Games**
★★★★★ 17370 ratings (181563 total)
15c, 3, 30, 6, bas, boys, cam, camera, center, cool, cute, fifteen, fifty, fishers, flying, free, gamecenter, gratis, gratut, gratutes, kids, kostenlos, magic, major, mode, nin, no, penguin, physics, rac, racings, relaxe, simple, stars, super, three, tpt, volare

4. **Racing Penguin, Flying Free - by Top Free Games**
★★★★★ 28668 ratings (103523 total)
16, 3, 30, 6, bas, boys, cam, camera, center, cool, cute, fifteen, fifty, fishers, flying, free, gamecenter, gratis, gratut, gratutes, kids, kostenlos, magic, major, mode, nin, no, penguin, physics, rac, racings, relaxe, simple, stars, super, three, tpt, volare

5. **Road Warrior Racing Multiplayer - by Top Free Apps and Games**
★★★★★ 7683 ratings (89344 total)
est. 457,000/4,760,000 dls monthlytotal (more from Xyologic)
0, 000, 1, 12, 2, 200, 4, 400, 500, 500km, 65, addicting, adi, app, car, camera, cameras, coaches, cool, divert, divertides, double, eighth, four, fun, gratuits, juego, mejores, motyoy, multiloader, multiplayer, multiplaye, multipliers, new, nuevo, points, premium, race, racing, shooter, sixt, top...

Повышаем конверсии в установки

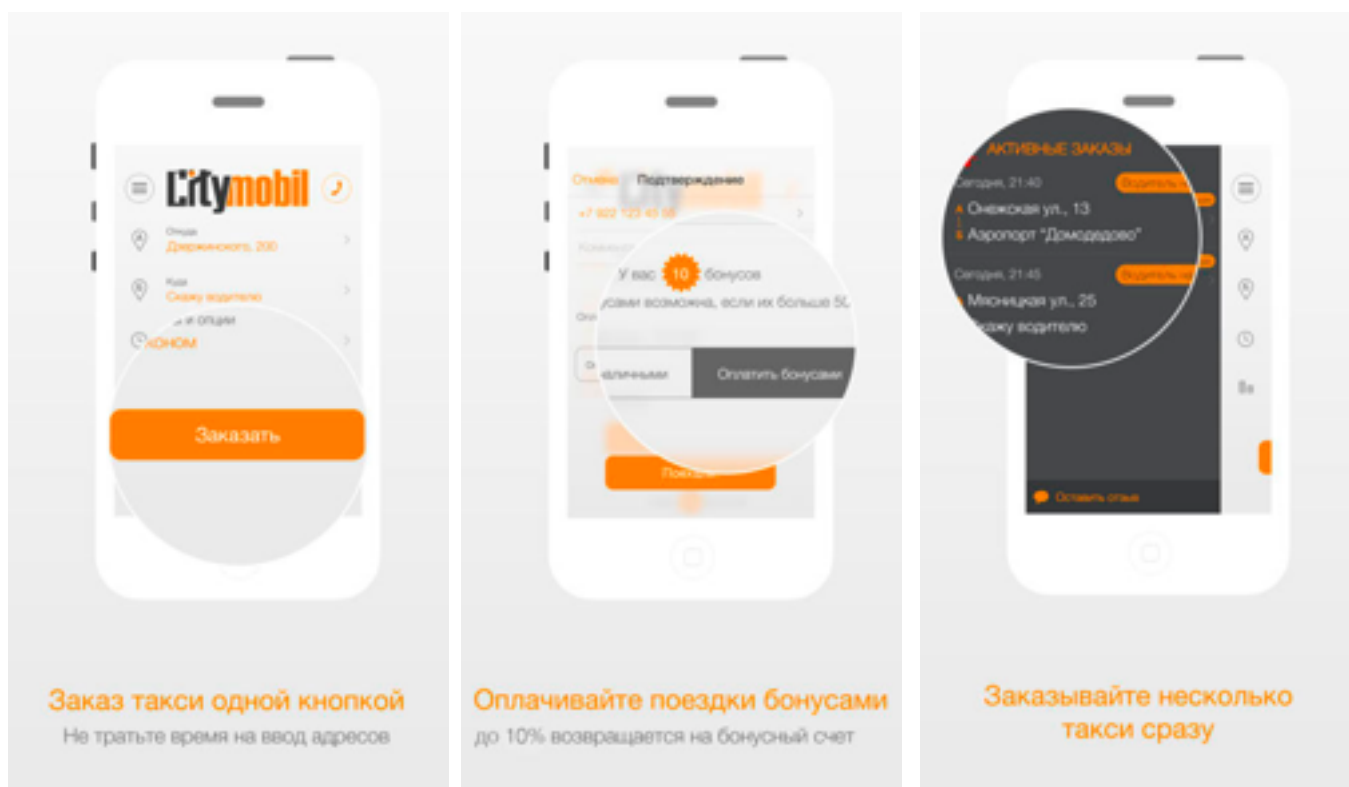
Иконка

Тут все и так понятно - иконка должна быть красивая. Во-первых, чтобы приложение захотелось скачать. Во-вторых, чтобы захотелось открыть, найдя на рабочем столе смартфона. В Google Play дизайн иконки особенно важен, т.к. при поиске это единственная картинка, которую видит пользователь.

Скриншоты

Желательно разместить не просто скриншоты приложения, но и добавить короткие пояснения, подчеркнув ключевые особенности приложения.

- Выделите 4-5 основных преимуществ и фич, которые хотите подчеркнуть;
- Сделайте скриншоты, демонстрирующие эти фичи;
- Добавьте описание этих фич на скриншоты;
- В App Store особенно важен первый скриншот - при поиске пользователю сначала демонстрируется только он. Поэтому самую главную фичу важно вынести на первый скриншот.

Пример хороших скриншотов приложения:

Вашему дизайнеру потребуется 10 минут, чтобы сделать такие скриншоты, при этом они помогут существенно повысить конверсию.

В Google Play тоже желательно добавить видео-ролик - по статистике их просматривают около 10% пользователей.

Описание приложения

Описание читают более половины всех пользователей, поэтому очень важно над ним поработать. Сначала демонстрируются только первые строчки, поэтому пользователя важно сразу заинтересовать.

В целом тут работают те же правила, что для обычной лендинг страницы - последовательно закройте все основные вопросы пользователя, которые у него могут возникнуть, начиная с самых главных. Длинное описание - это хорошо. Те пользователи, которые дочитают до конца, в итоге с большой вероятностью не просто установят приложение, но и начнут активно им пользоваться.

Кроме того, как и было сказано раньше, в Google Play в описание важно включить ключевые запросы.

Что нового

Вместо сухого “bug fixes” лучше рассказать небольшую историю. Это понравится как текущим пользователям, так и новым, которые только читают описание.

Вот пример хорошего наполнения раздела «что нового» от 2Гис:

Пока кто-то был на пляже, мы взяли и улучшили наше приложение.

«Легкий как воздух и приятный как освежающий душ» - нет, это не реклама напитка со вкусом борща. Это все про наш немного обновленный дизайн.

Согласитесь, интереснее, чем просто написать “улучшен дизайн приложения”.

Рейтинг

Важность рейтинга сложно переоценить. Приложение с 4 звездами скачивают намного больше, чем с 3 звездами. Делайте качественное приложение и стимулируйте пользователей оставлять положительные отзывы.

Отзывы

Более 60% пользователей, прежде чем скачать приложение, смотрят на отзывы.

Понятно, что идеальная ситуация - когда все отзывы состоят только из пятёрок, но такое бывает редко.

Что делать с негативными отзывами?

- Отзывы - это отличный фидбек. Постоянно анализируя отзывы, можно довести приложение до совершенства. Если пользователи что-то просят или чем-то недовольны - возможно, имеет смысл исправить это в последующих обновлениях.

- В Google Play есть возможность отвечать на отзывы - этим обязательно надо пользоваться! Отвечайте на негативные отзывы и отзывы с пожеланиями! Другие пользователи будут видеть, что над приложением работают.

Как получать хорошие отзывы

- Если у приложения еще вообще нет звезд и отзывов, напишите первые отзывы сами, попросите друзей.
- Встроенный модуль, предлагающий оценить приложение, работает. В идеале он должен показываться не просто посреди использования приложения. Предлагайте оставить отзыв в тот момент, когда пользователь рад: когда вы даете ему бонусы, когда успешно выполняете его заказ, или когда решаете его задачу.
- Если очень надо поднять рейтинг, есть возможность покупать положительные отзывы. Это, конечно, не очень хорошо, и делать это надо очень аккуратно - подделку всегда видно, и это вызывает у пользователей большой негатив.

Дальнейшие шаги

Напишите нам, и мы поможем вам провести грамотную App Store оптимизацию, а также привлечь установки и продвинуть ваше приложение на российском и зарубежном рынках.

hello@mobio.ru

Москва, Бутырский вал, дом 68, офис 303

+7 495 646-85-95

www.mobio.ru

