

Как повысить уровень удержания пользователей в приложении

Удержание - самая большая проблема маркетолога приложения



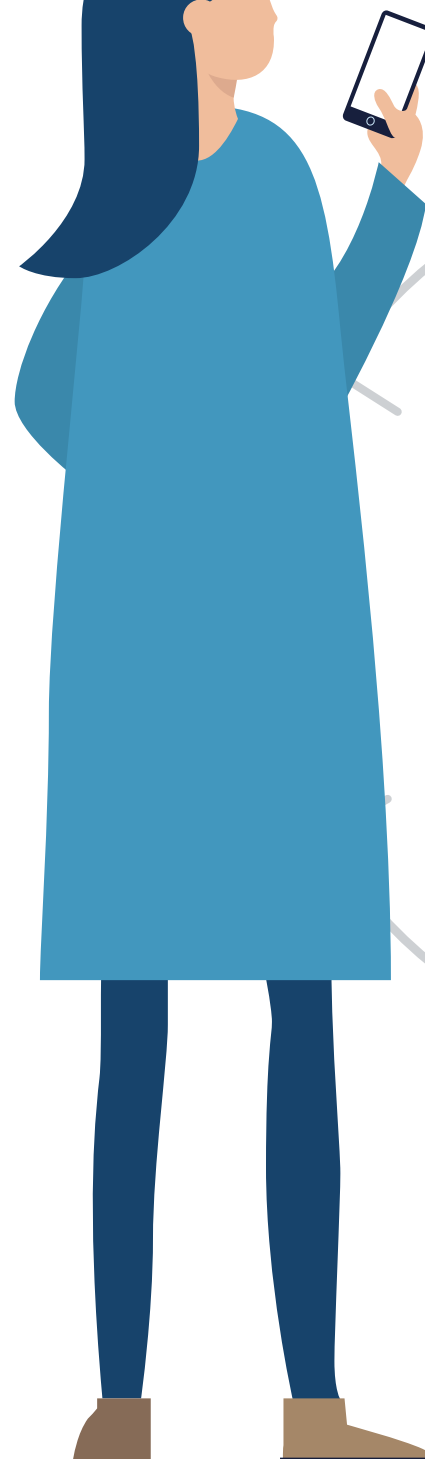
49%¹ пользователей отказываются от использования приложения уже через один день



1/3² пользователей имеет лишь одну сессию приложения

Но если вы сможете заставить их остаться...

Пользователи вашего приложения являются одними из ваших самых активных клиентов



Среднее время сессии приложения составляет **5 минут 38 секунд**³

В среднем **4,5**⁴ события происходят за одну сессию приложения



Что такое событие приложения?

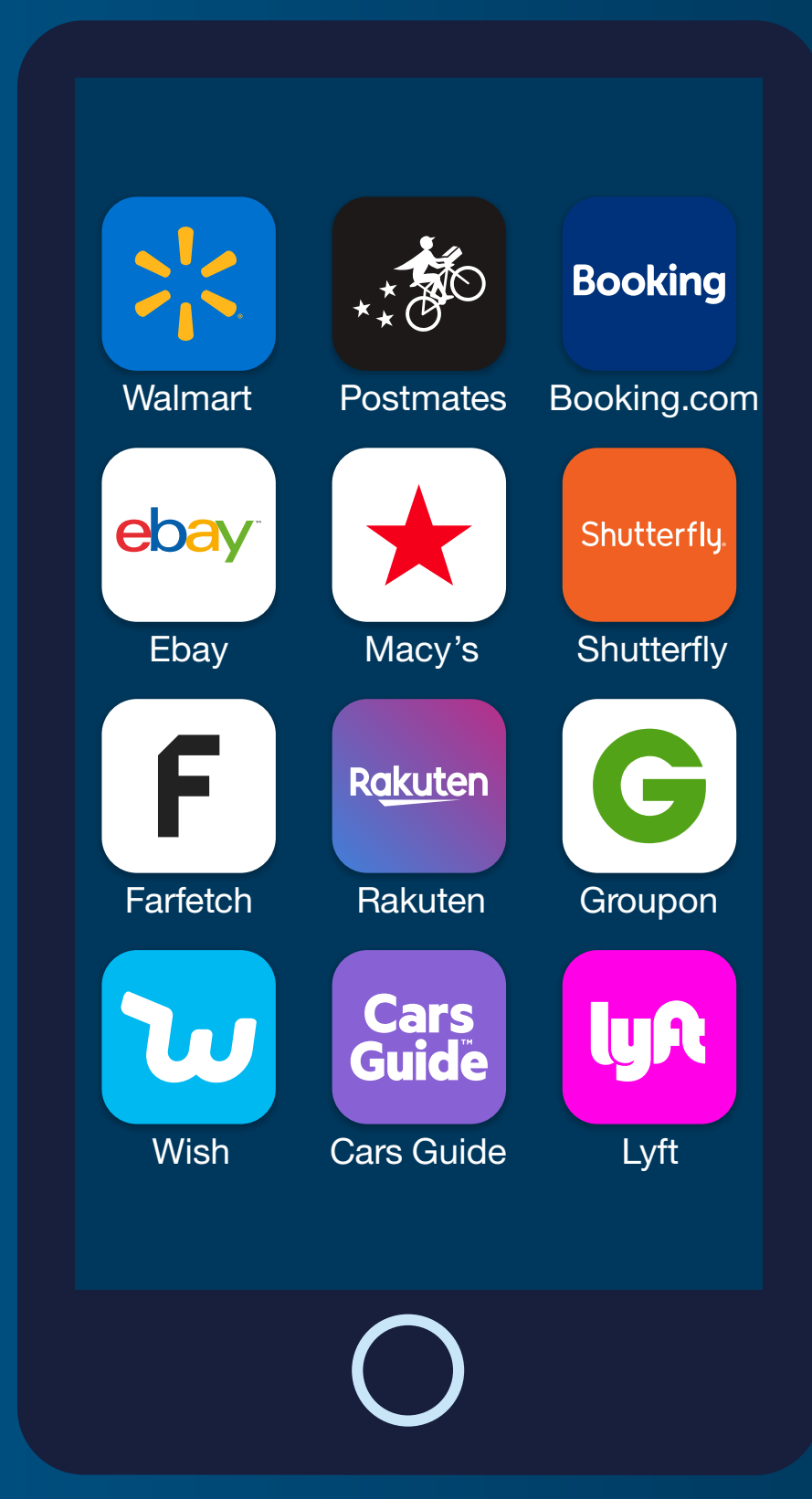
События включают в себя логины, загрузки страниц и покупки в приложении

Как сделать больше пользователей приложения вовлеченными?

Сначала определите цель вашего приложения

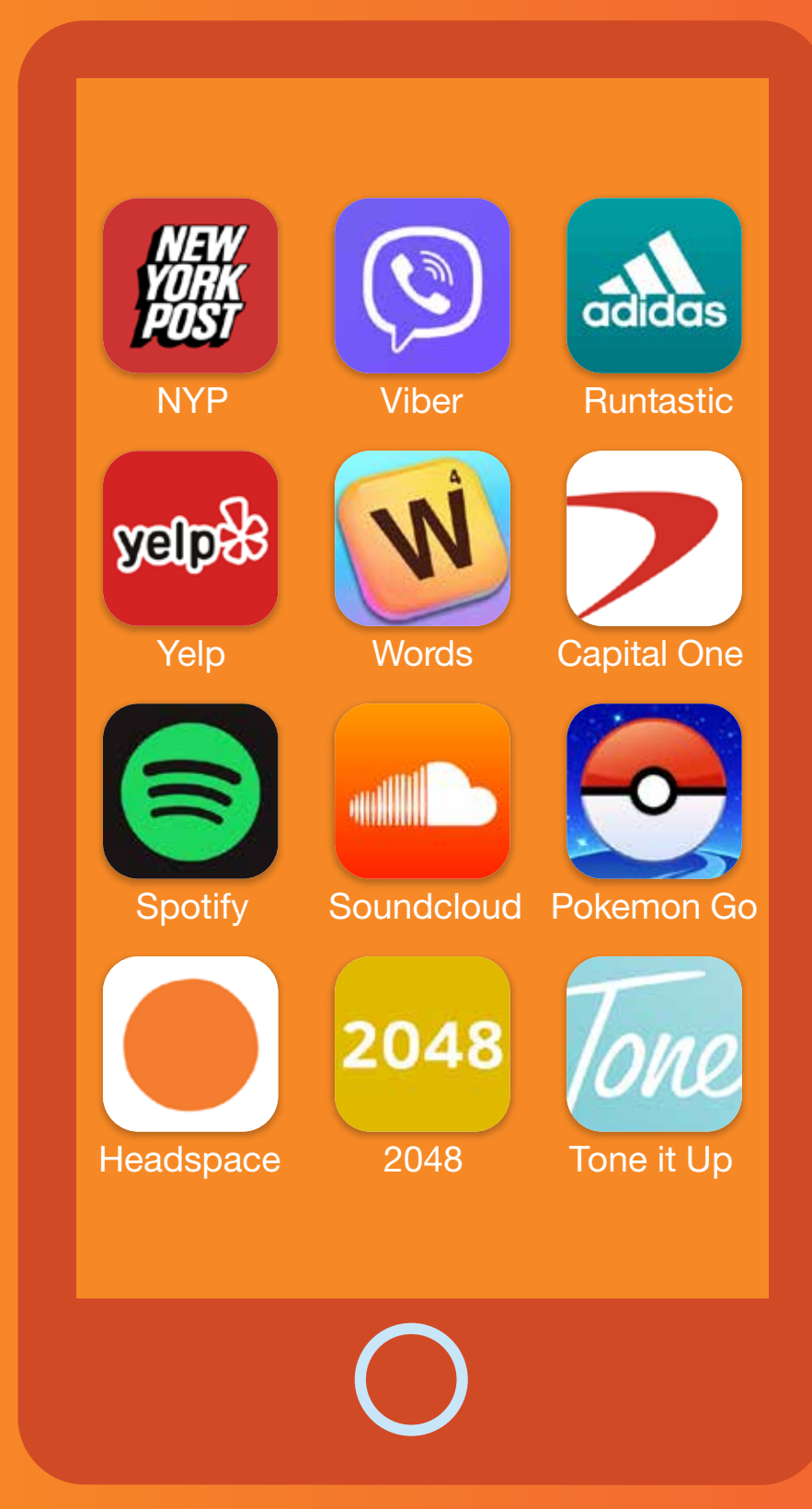
У вас коммерческое приложение...

Коммерческие приложения существуют главным образом для того, чтобы побудить пользователей совершить покупку. Хотя они могут иметь привлекательные функции, например, это может быть приложение для выбора мебели, которое позволяет вам увидеть, как предметы будут смотреться в вашем интерьере, цель состоит в том, чтобы дать пользователям возможность совершать покупки.



...или приложение лояльности?

Основной целью приложений лояльности является взаимодействие. Вы хотите стать брендом, с которым пользователи больше всего взаимодействуют в вашей вертикали. Несмотря на то, что в приложении могут быть некоторые возможности для получения премиального статуса, главная цель – обеспечить лояльность пользователей к приложению и его использование несколько раз в день.



Путь пользователя коммерческого приложения



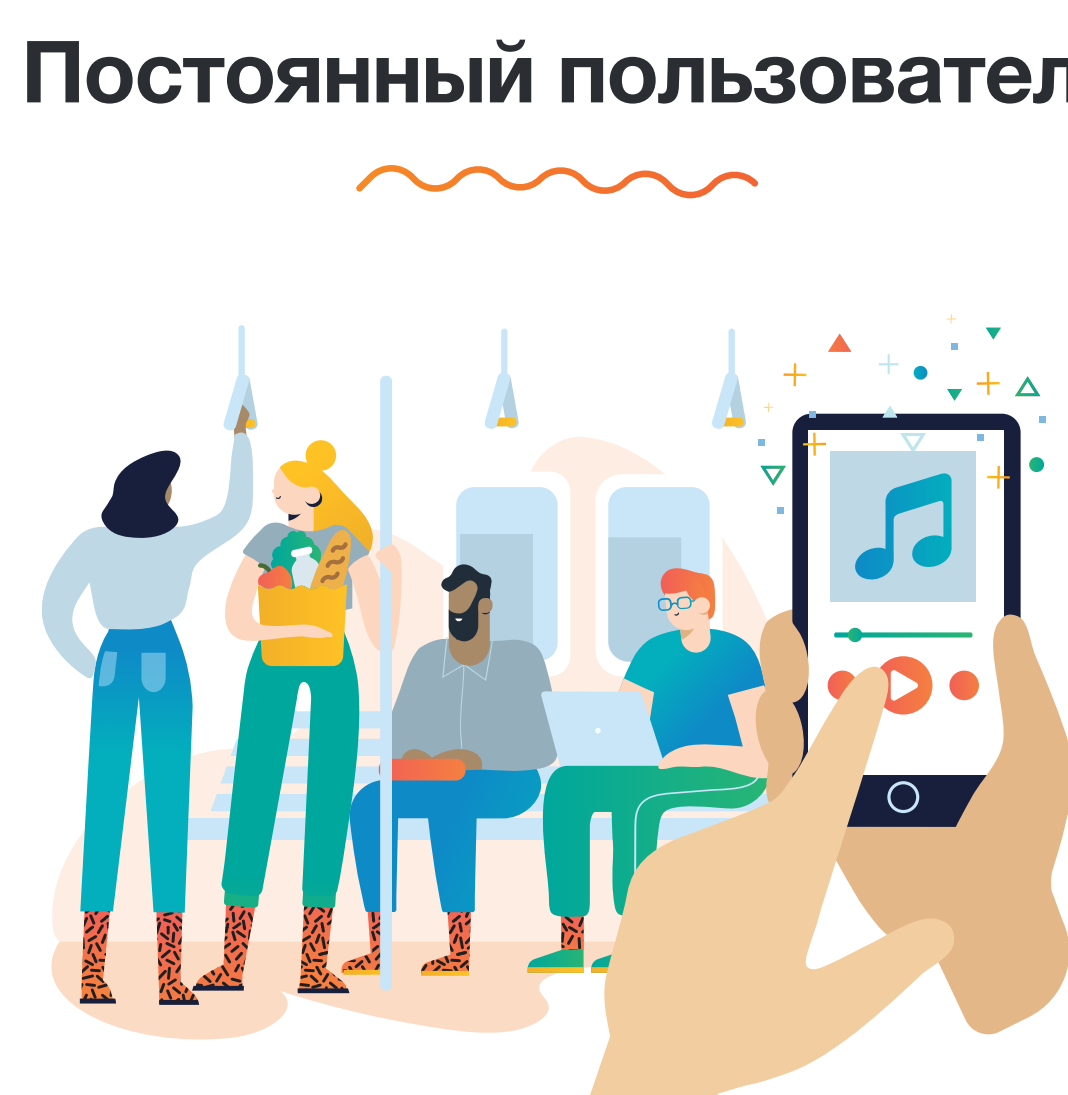
Постоянный покупатель



Путь пользователя приложения лояльности



Постоянный пользователь



Как увеличить продажи с помощью вашего приложения

1. Превратите своих лучших клиентов в пользователей приложений

- Приводите активных браузеров из мобильных браузеров в свое приложение, чтобы они были полностью погружены в процесс совершения покупок.
- Ориентируйтесь на новую аудиторию, которая ищет продукты, схожие с вашими, или часто пользуется такими приложениями, как ваше, на базе данных по использованию нескольких устройств и поведенческих данных, чтобы получить полную картину.

2. Повторно вовлекайте своих пользователей чем-то ценным

- Вдохновляйте пользователей, которые только что установили персонализированной рекламой, управляемой технологией IAI, которая точно знает, что показать, чтобы нарастить вовлеченность.
- Верните пользователей, которые деинсталировали ваше приложение, с помощью рекламы, сообщающей о новых функциях или продуктах, специальных предложениях или других стимулах.

3. Ретаргетизируйте пользователей на основе данных о предыдущих покупках

- Ретаргетизируйте пользователей и показывайте им рекламу с рекомендациями по продуктам на основе всех их прошлых просмотров и покупок – не только в вашем приложении, но и в открытом Интернете.

Как создать лояльность к бренду с помощью вашего приложения

1. Создайте отличную возможность ознакомления с вашим приложением

- Повышайте первоначальную лояльность пользователей, автоматически заполняя предложенные контакты или подталкивая пользователей к выполнению простого действия. Эти шаги помогают создать вовлеченность уже на начальном этапе.

2. Сегментируйте пользователей своего приложения и дайте им персонализированный опыт

- Создавайте уникальные возможности для разных пользователей на основе местоположения, пользовательских предпочтений и многого другого, чтобы каждый пользователь был вовлечен в ваше приложение.

3. Запустите A/B тест, чтобы узнать предпочтения ваших пользователей

- Протестируйте функции приложения на разных сегментах, чтобы узнать, как улучшить конкретные моменты в работе приложений.
- Постоянно оптимизируйте работу своего приложения, чтобы устранить общие проблемы и возможные разочарования для увеличения периода вовлеченности и снижения количества деинсталляций.

О Criteo

Criteo (NASDAQ: CRTO) – это глобальная технологическая компания, обеспечивающая маркетологов высококачественной и эффективной рекламой. 2 800 членов команды Criteo сотрудничают с более чем 20 000 клиентов и тысячами паблишеров по всему миру для предоставления эффективной рекламы по всем каналам путем применения передового машинного обучения к беспрецедентным массивам данных. Criteo предоставляет компаниям всех размеров технологии, которые им необходимы, чтобы лучше понимать и взаимодействовать со своими клиентами.

Для получения дополнительной информации, посетите www.criteo.com

1. Источник: данные Criteo по 15 высокоактивным странам за период с 5 декабря 2019 года по 8 января 2020 года, выборка n = 1 091
 2. Источник: данные Criteo по 15 высокоактивным странам за период с 25 ноября 2019 года по 29 декабря 2019 года, выборка n = 865
 3. Источник: глобальные данные Criteo с 3 декабря 2019 года по 6 января 2020 года, 2,2 млрд. пользователей приложений от 1 341 партнера
 4. Источник: глобальные данные Criteo с 28 ноября 2019 г. по 1 января 2020 г., 2,2 млрд. пользователей приложений от 1 440 партнеров
 5, 6, 7, 8. Источник: глобальные данные Criteo за период с 5 декабря 2019 г. - 8 января 2020 г., 1,9 млрд. пользователей приложений от 49 партнеров
 9,10, 11, 12. Источник: данные Adjust об уровне удержания пользователей приложений в США по вертикали, H1 2019