



SweetMeet

Как мы пробовали сделать
прибыльное мобильное dating-приложение.



SweetMeet — dating приложение на Tinder-like модели

VIP-подписка

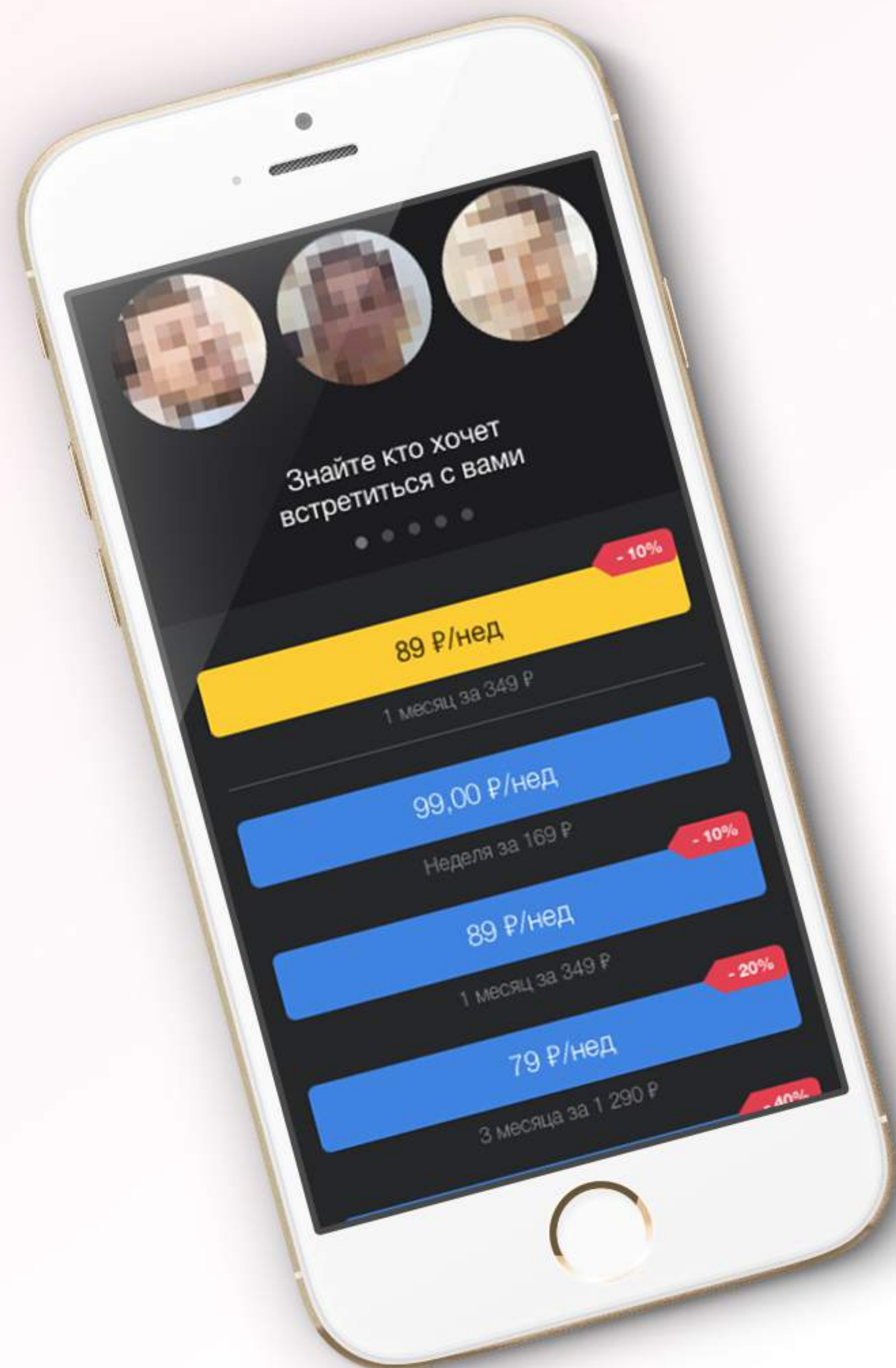
Основной функционал открытие входящих симпатий, доступ к отправке сообщений без симпатии.

Внутренние покупки

- Показы;
- Буст профиля;
- Подарки;
- Выход в ленту.

Реклама

- Видео-реклама;
- Рекламные сети;
- Офферы.



VIP ПОДПИСКИ



iOS — триал правит

Шаг 1

Начинаем со схемы:

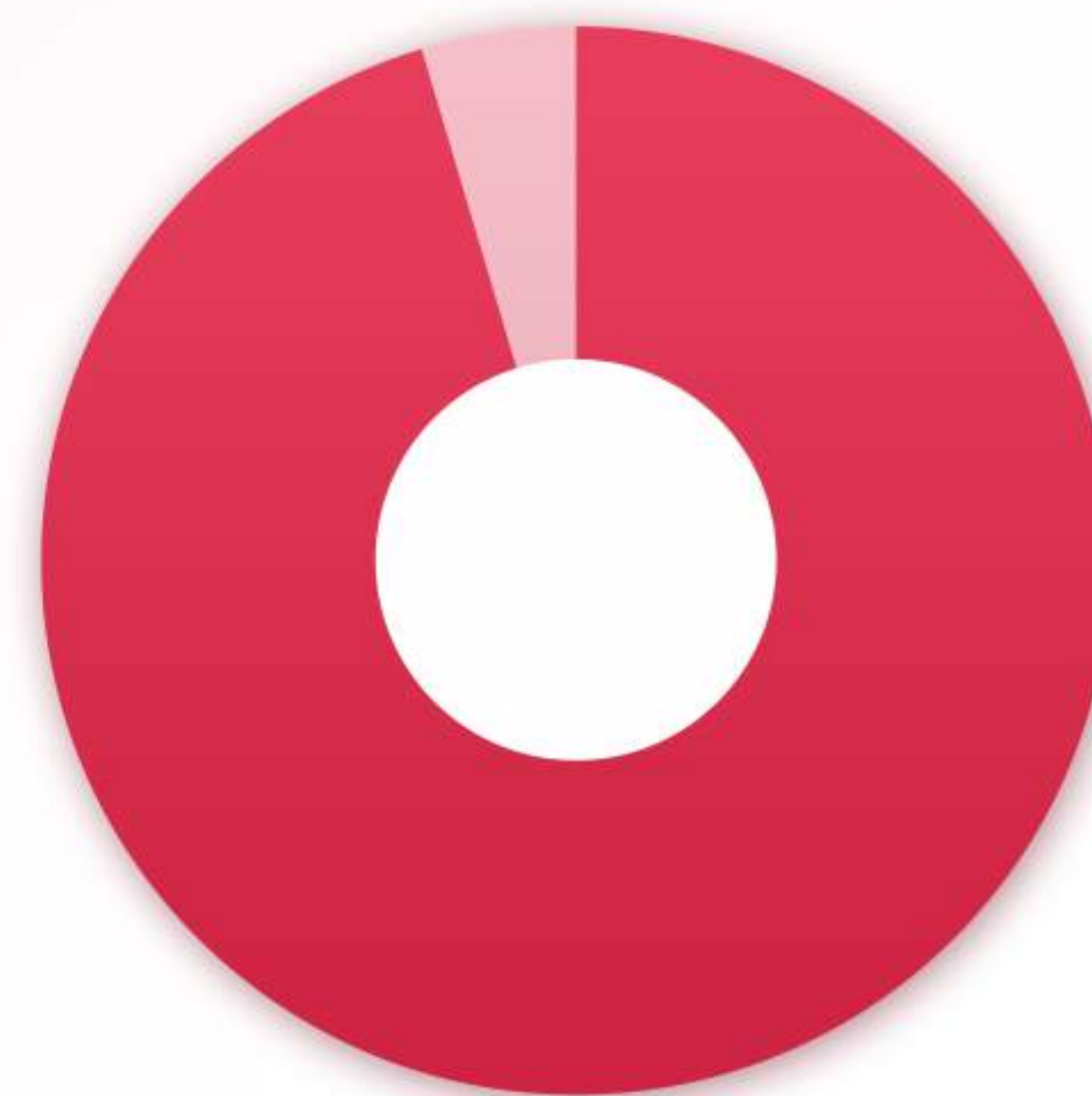
- Платная подписка
- Если пользователь не покупает, через несколько дней предлагаем триал

Прямые покупки:

- 18% — это месячная подписка, 80% — недельная, 2% — остальные сроки
- 40% отваливается на первом ребиле, еще 20-30% на каждом последующем.

Триал:

- Активирует 18% пользователей (тогда еще не нужна была привязанная кредитка)
- 7% успешно проходит первый ребил (от числа активировавших)
- 50% отваливается на первом ребиле, еще 40% на 2-м и 3-м ребиле.

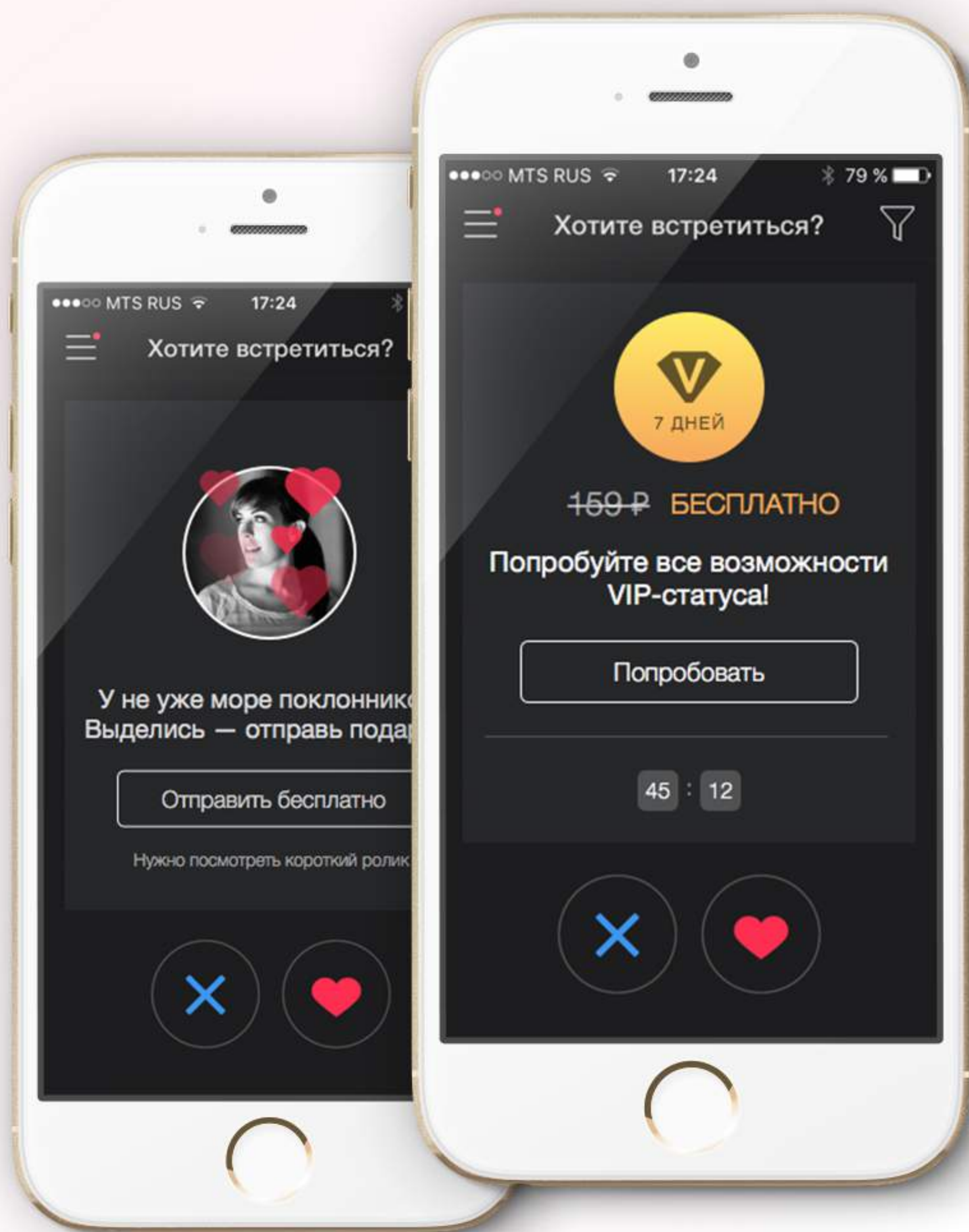


- 94% — VIP-подписки,
- 6% — покупки других услуг



iOS — триал правит

Шаг 2



Увеличиваем количество точек промо

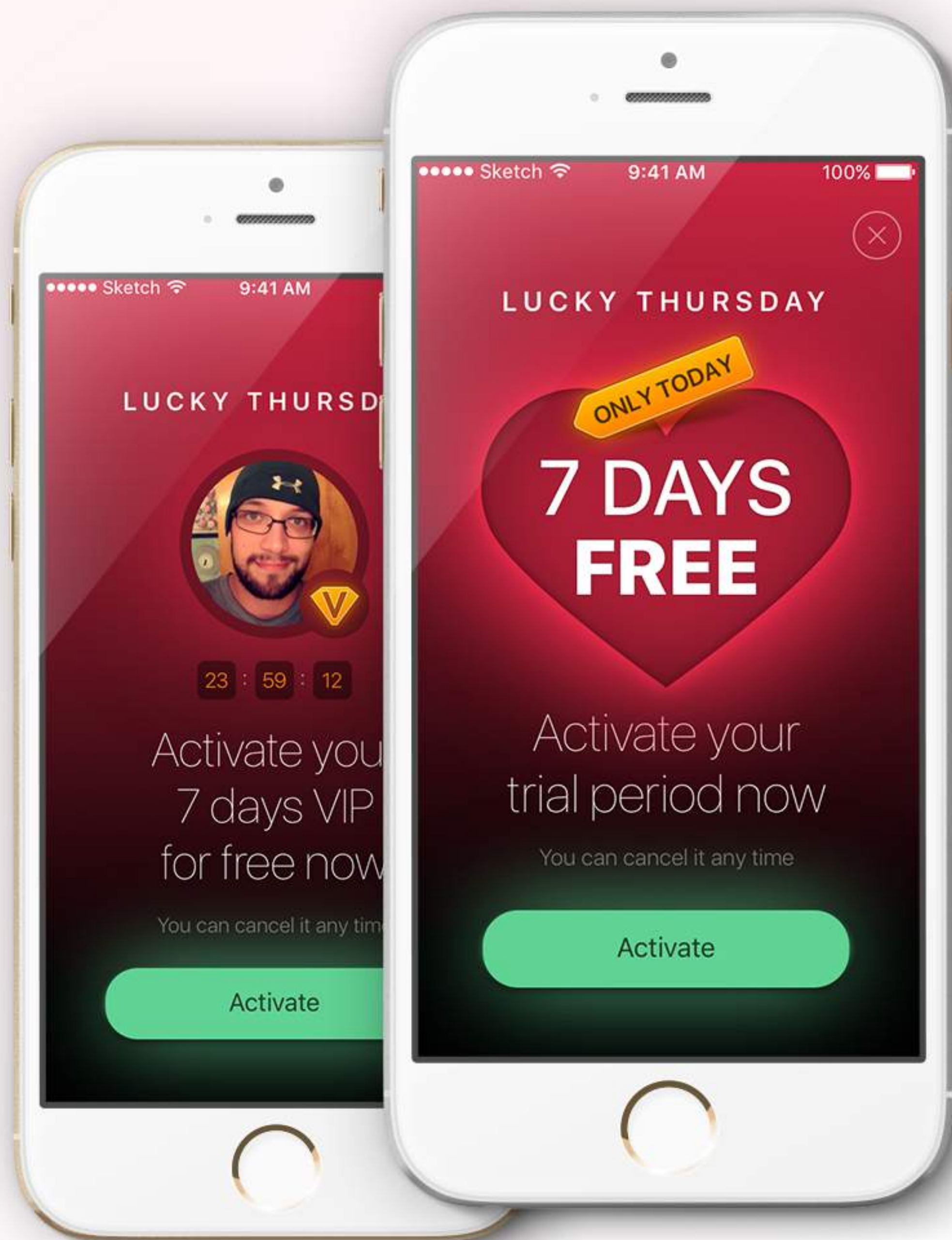
В первую очередь результат дали промо-карточки в выдаче:

- рост платных услуг порядка +15-20%,
- рост по рекламе около +50%.



iOS — триал правит

Шаг 3



Тестируем предложение триала сразу после регистрации, а впоследствии и непосредственно при регистрации

Закономерность получается прямая, чем раньше в воронке пользователь сталкивается с триалом и чем больше пользователей с ним сталкивается, тем больше конвертируется в активацию.

Суммарный рост дохода от VIP'а за счет ранней подачи триала +30-40%.

iOS — триал правит

Шаг 4



Тестируем жесткие ограничения переписки и не получаем результата

Мы пробовали жесткую блокирующую монетизацию, блокируя переписку для мужчин, даже при взаимной симпатии, и требуя VIP.

Получили закономерное падение Retention практически в 2 раза, а роста по активациям не получили никакого.

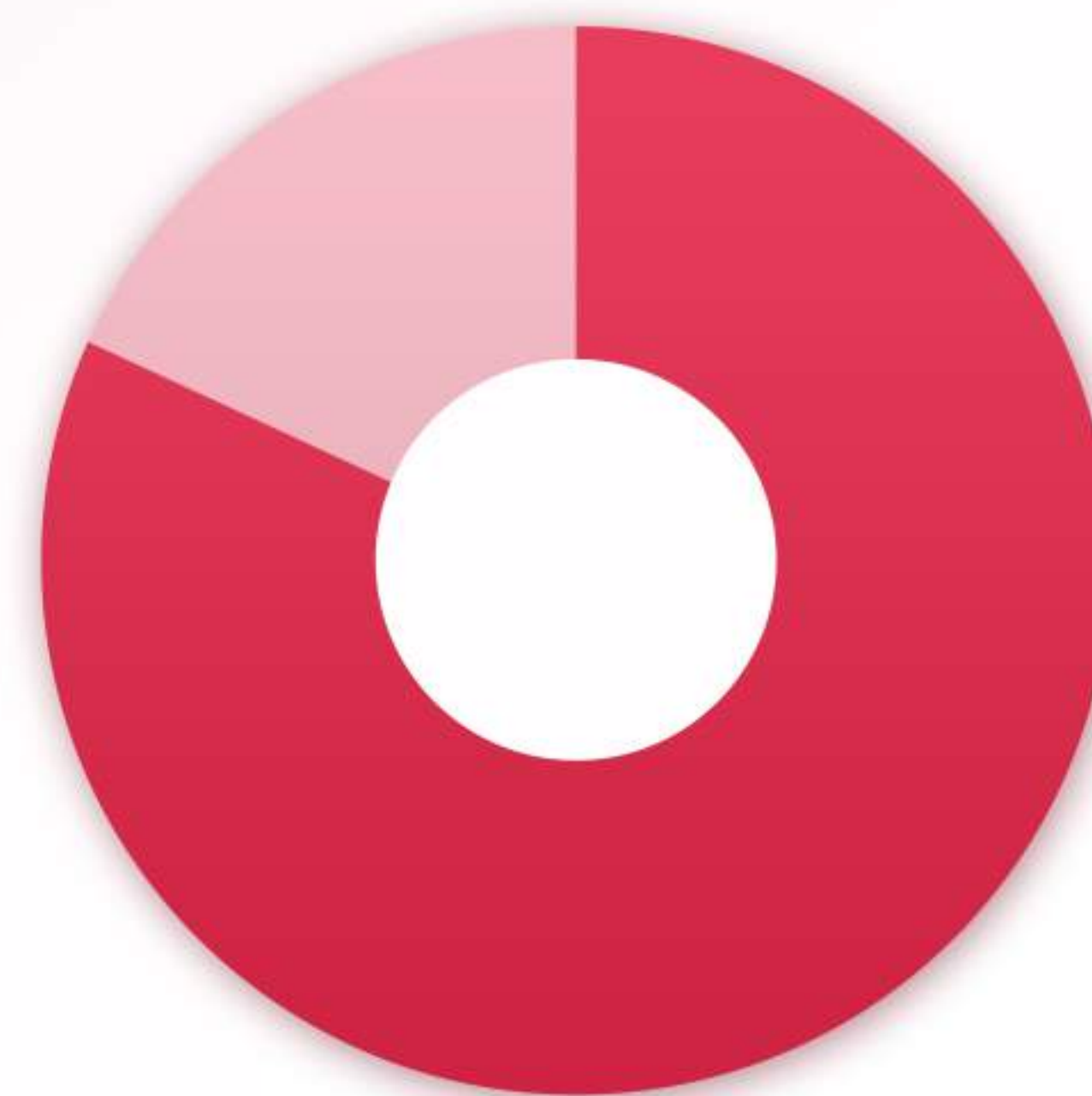


Android — подписки тоже работают

Шаг 1

Начинаем только с прямой подписки

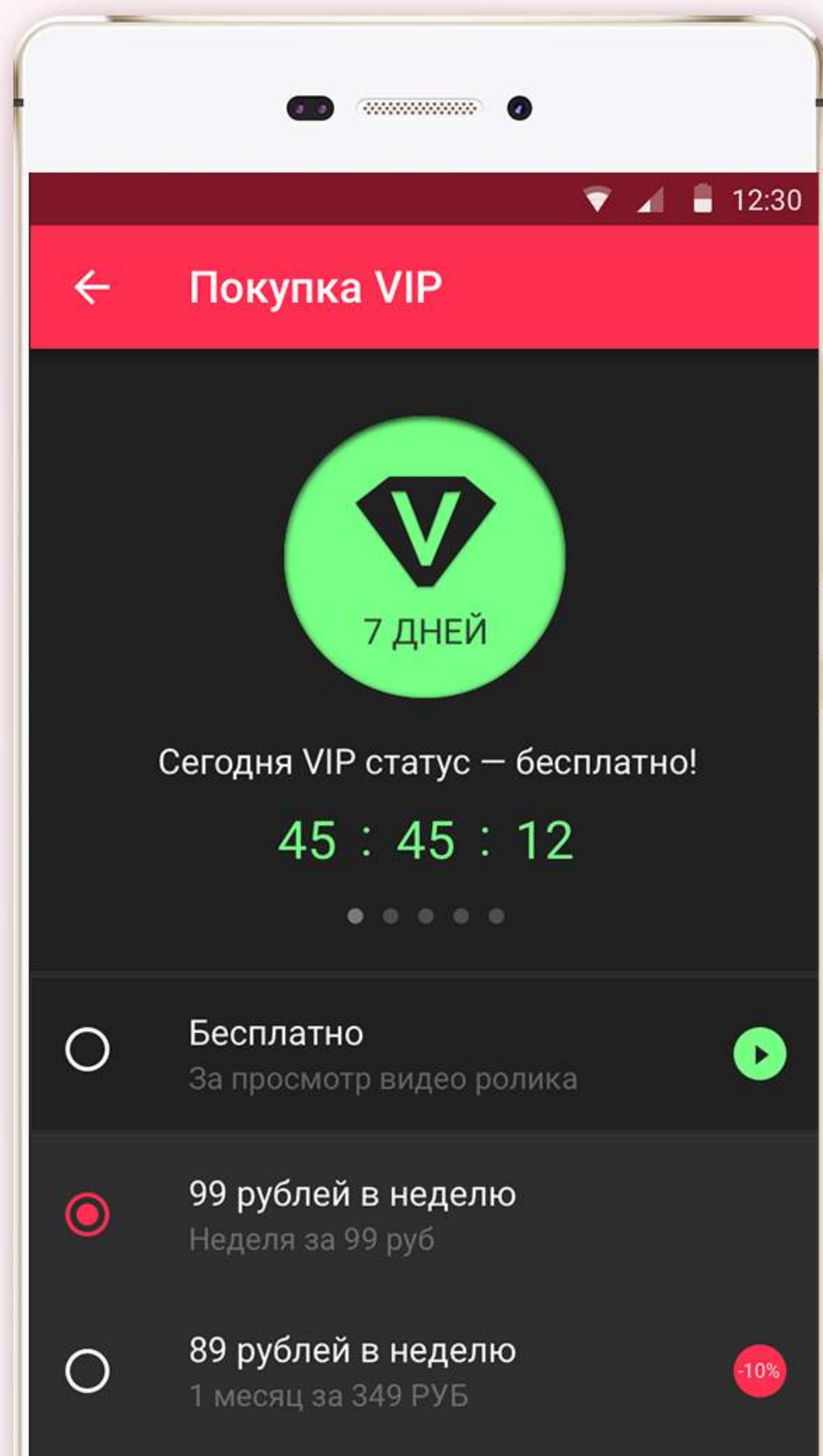
- 81% — VIP-подписки, 19% — прямые платежи;
- только 1.5-2% пользователей активируют подписку;
- 20% подписок месячные, 78% недельные, 2% остальные сроки;
- 50% подписок отваливается при первом ребиле, еще 40-50% при втором и дальше по 20-30%.



- 81% — VIP-подписки,
- 19% — прямые платежи

Android — подписки тоже работают

Шаг 2



Добавляем триал

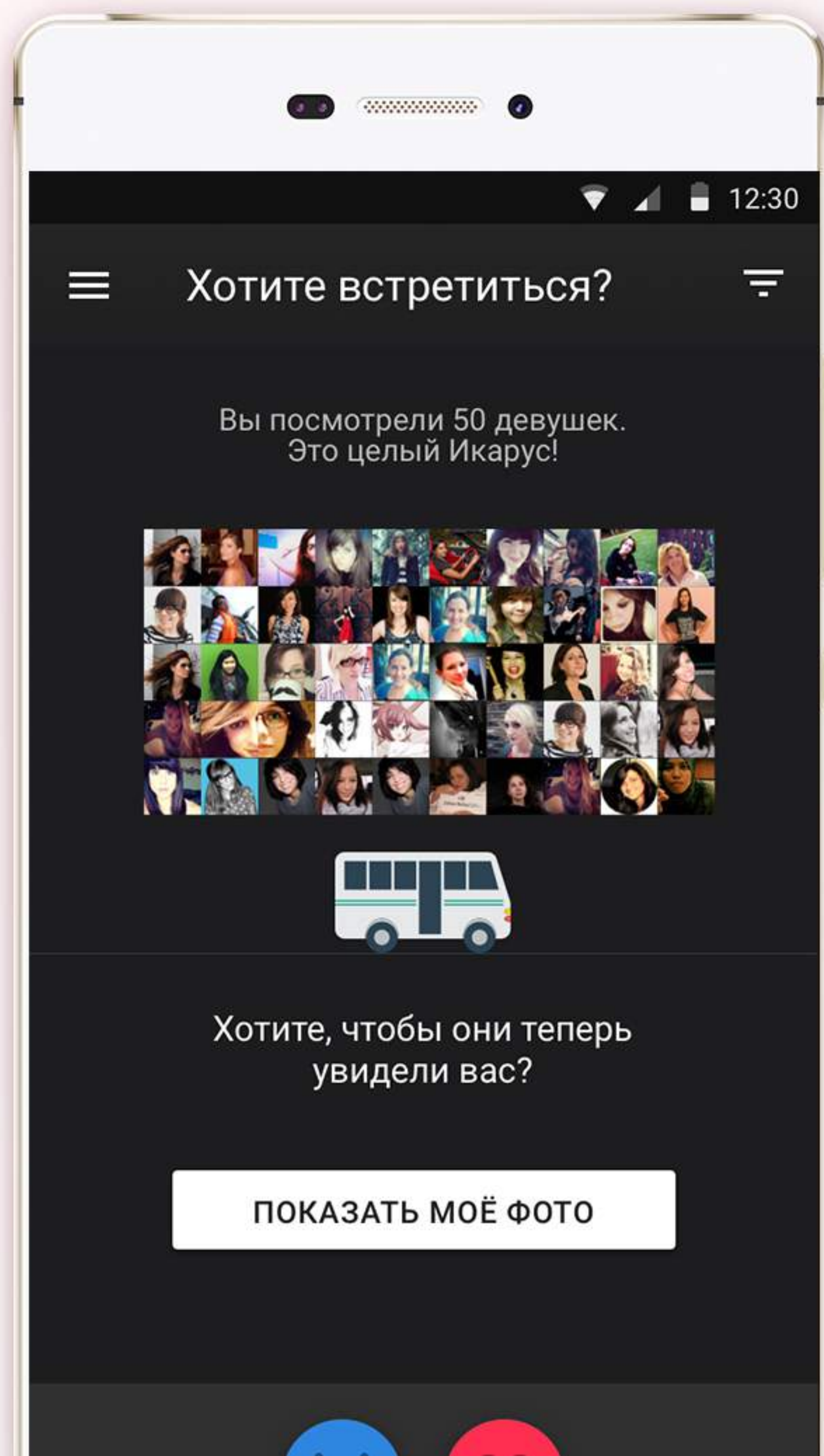
Всего +20-25% к доходу от прямых подписок.

Активируют неплохо, но только 8% из активаций конвертируются в успешный 1-й ребил.

Подходит для того чтобы “дожать” не платящих, но не больше.

Android — подписки тоже работают

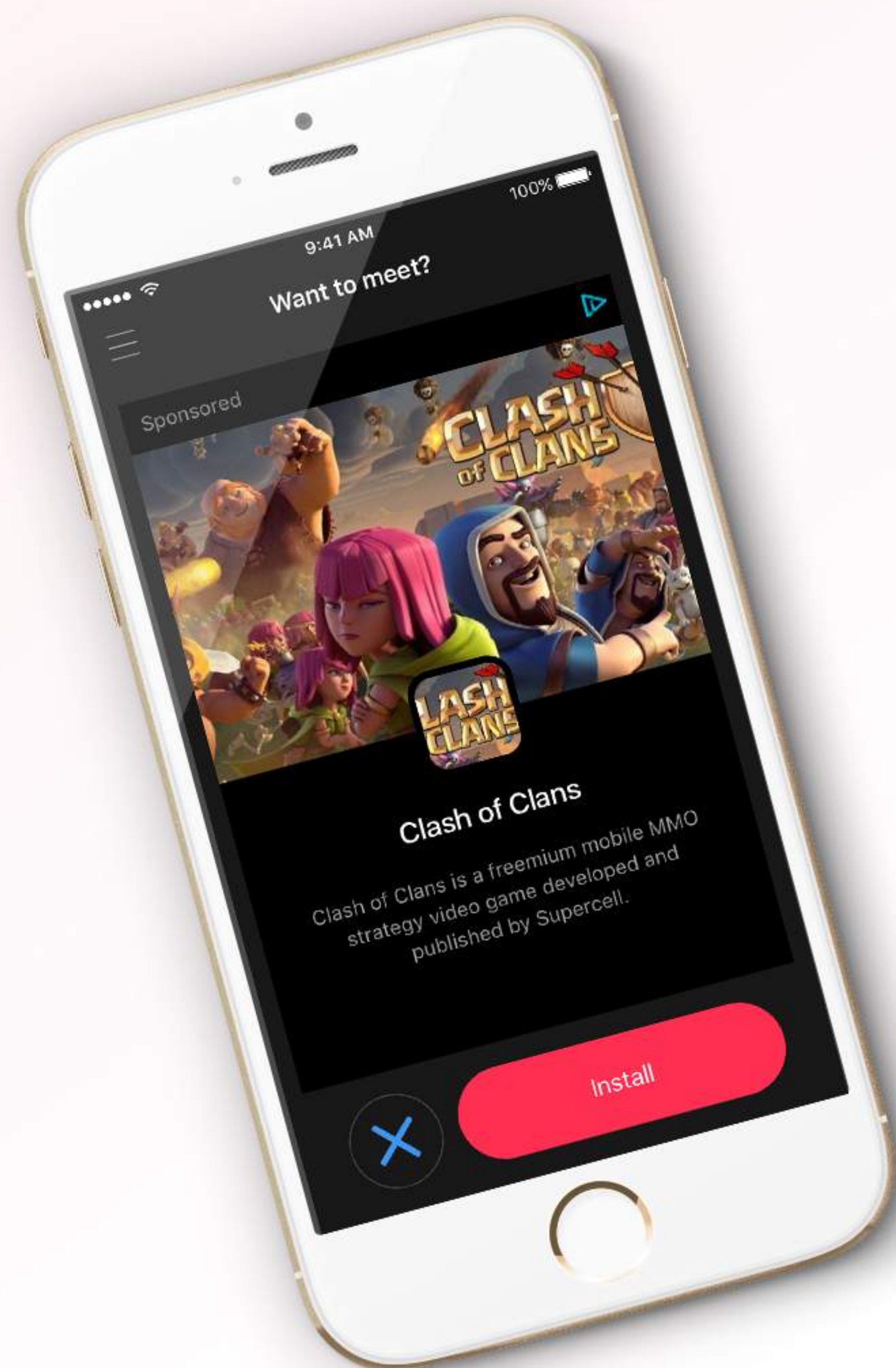
Шаг 3



Увеличиваем количество точек промо

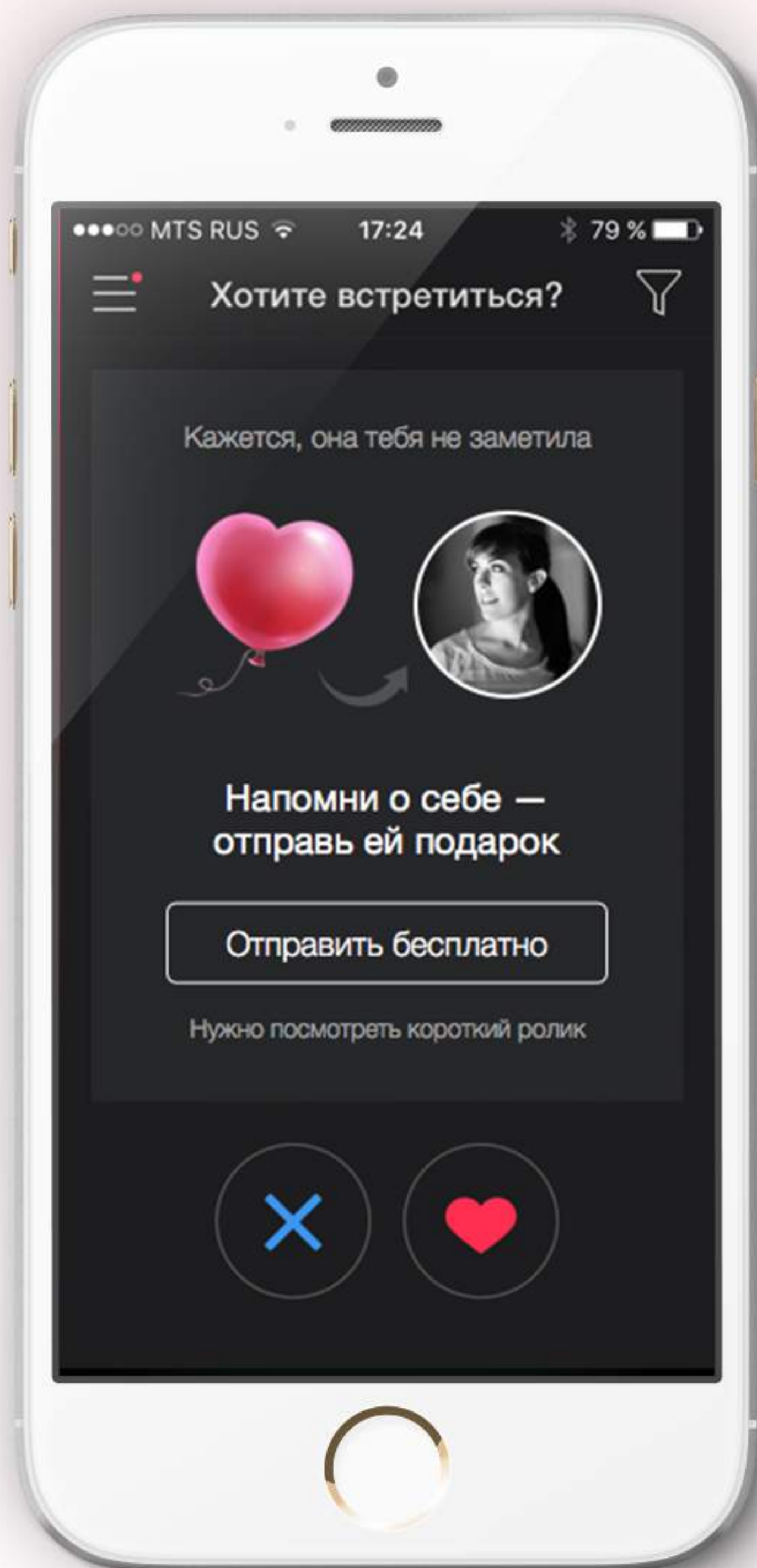
Добавление промо-карточек в выдачу работает так же успешно как и в iOS.

Другие виды промо менее эффективны.



Реклама

Мотивированная видеореклама



Тестировали в основном на Android. Пробовали Fyber, AdColony, UnityAds, AdMob. Лучшие результаты получили на UnityAds (с существенным отрывом).

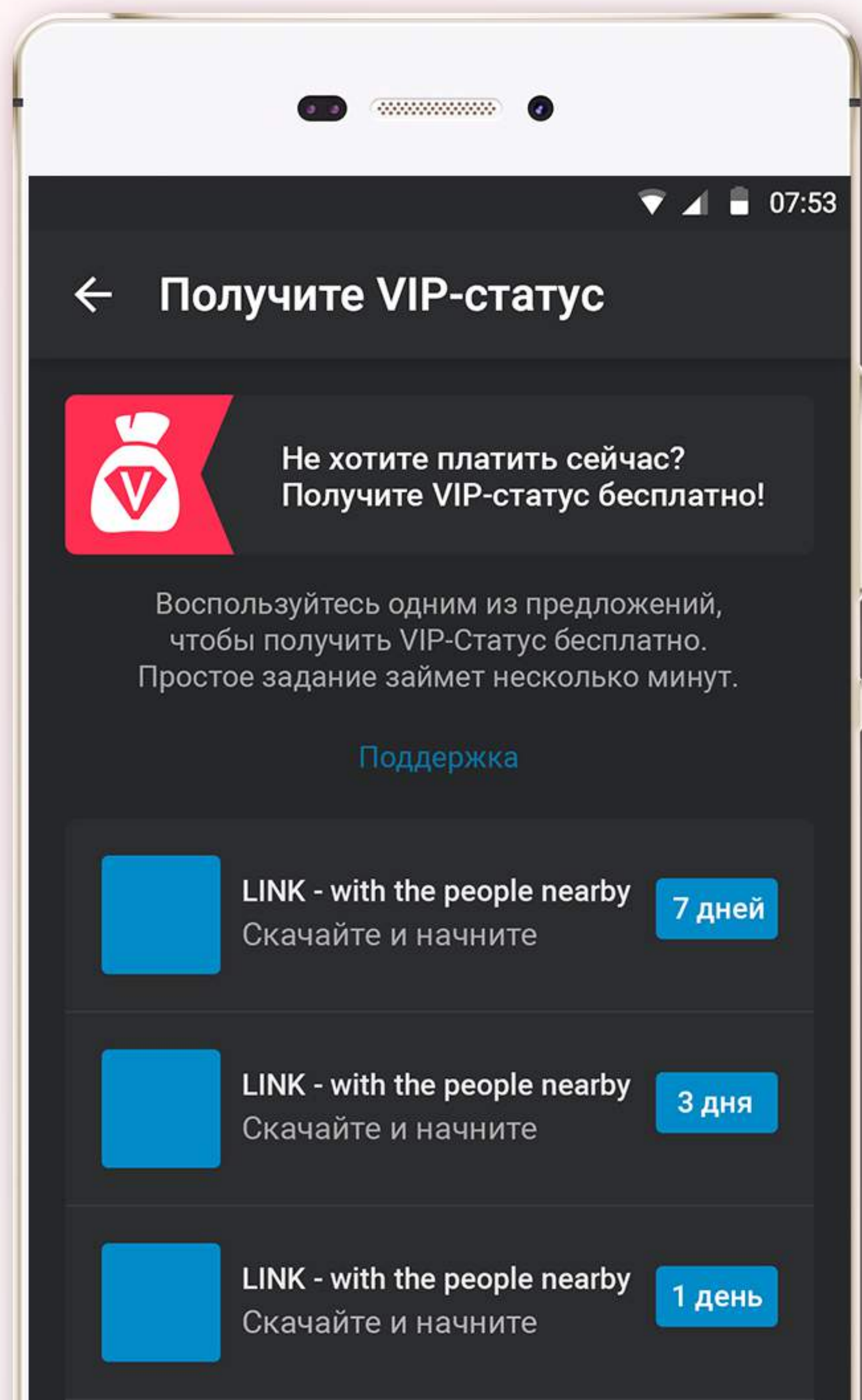
Шаг 1

Просмотр видео мотивировали бесплатными показами анкеты.

Шаг 2

Ввели дарение подарков за просмотр видео, а также промо-карточки в выдаче. Доход с рекламы +100%.

В лучшее время видеореклама + офферы давали до 40% общего дохода на Android, но, к сожалению, этот источник дохода для нас оказался весьма нестабильным.



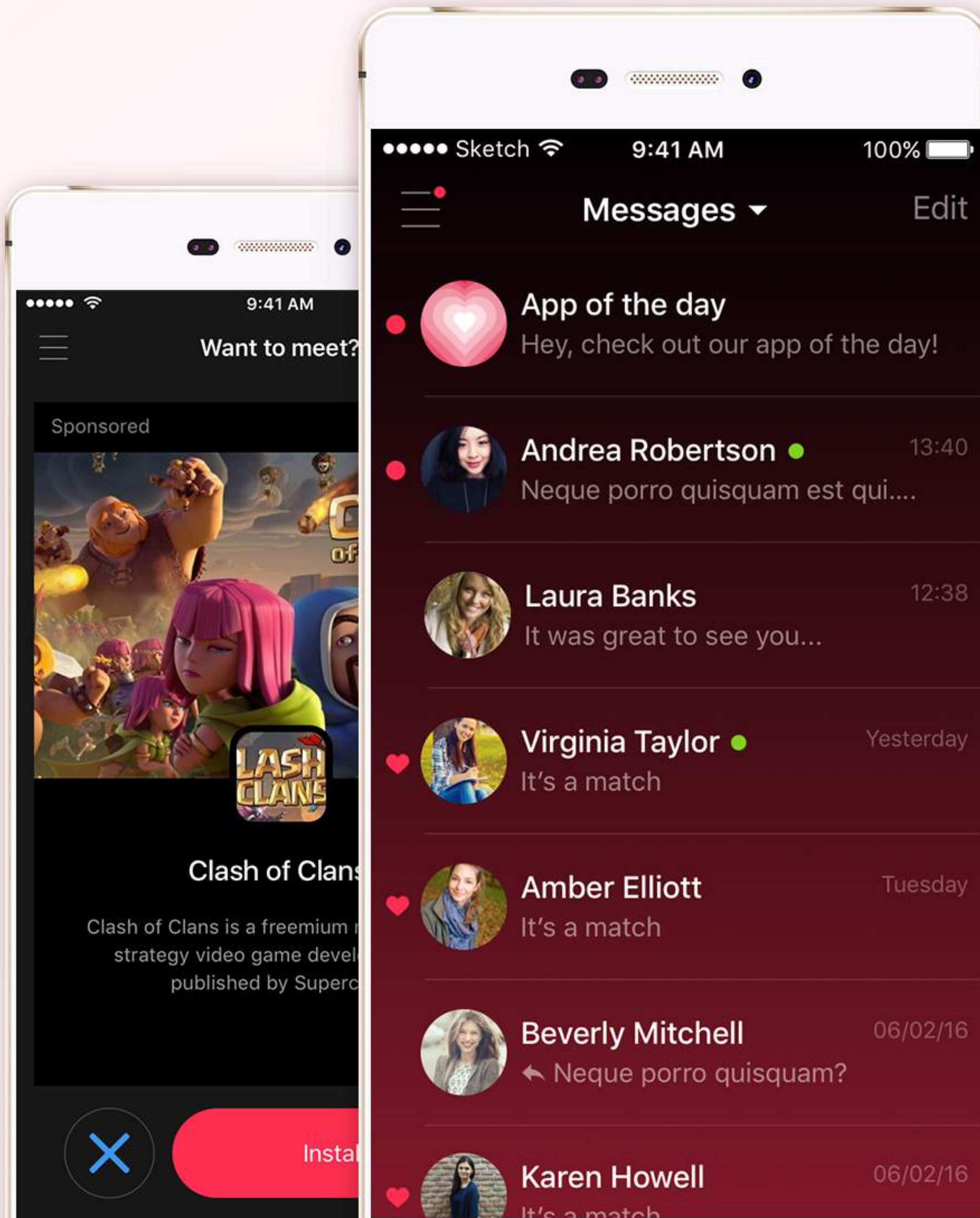
Наш печальный опыт

На iOS нормальных поставщиков не нашли.

На Android тестировали Supersonic и др.
За выполнение офферов активировали VIP
на несколько дней.

Изначально это приносило практически
столько же денег, сколько видеореклама.
Но со временем без каких-либо продуктовых
изменений доходы скатились и офферы
приносят в 2-3 раза меньше видеорекламы.

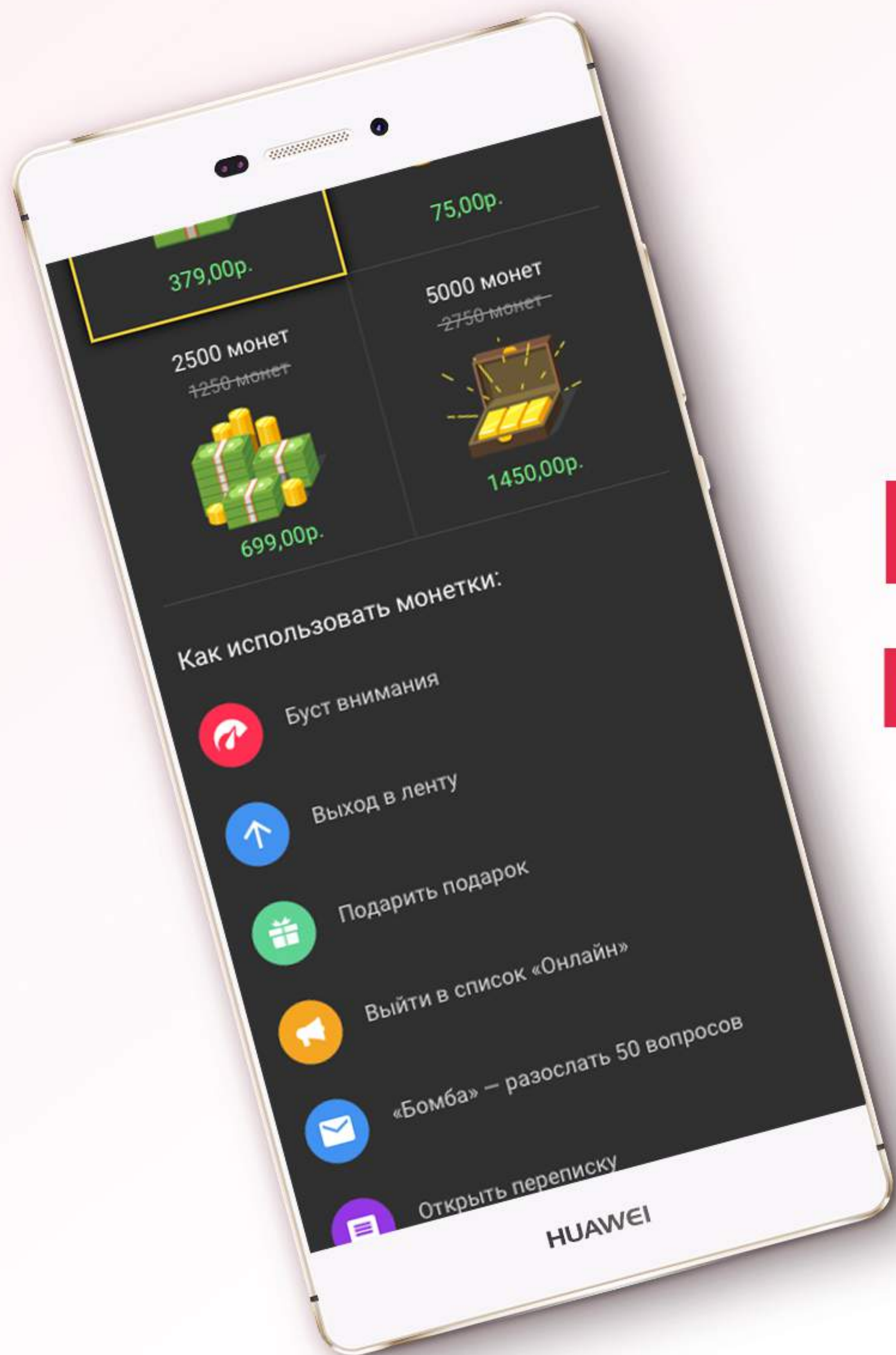
Facebook Audience



Лучший источник рекламы, который мы нашли на текущий момент

Тестировали на iOS приложении. Просто показывали карточки с рекламой в выдаче и на 2-х позициях в списке сообщений. Изначально получали совершенно космические значения eCPM, но в течение 3-4 недель он упал в 5 раз, но даже на это уровне был заметно выше, чем в других сетях.

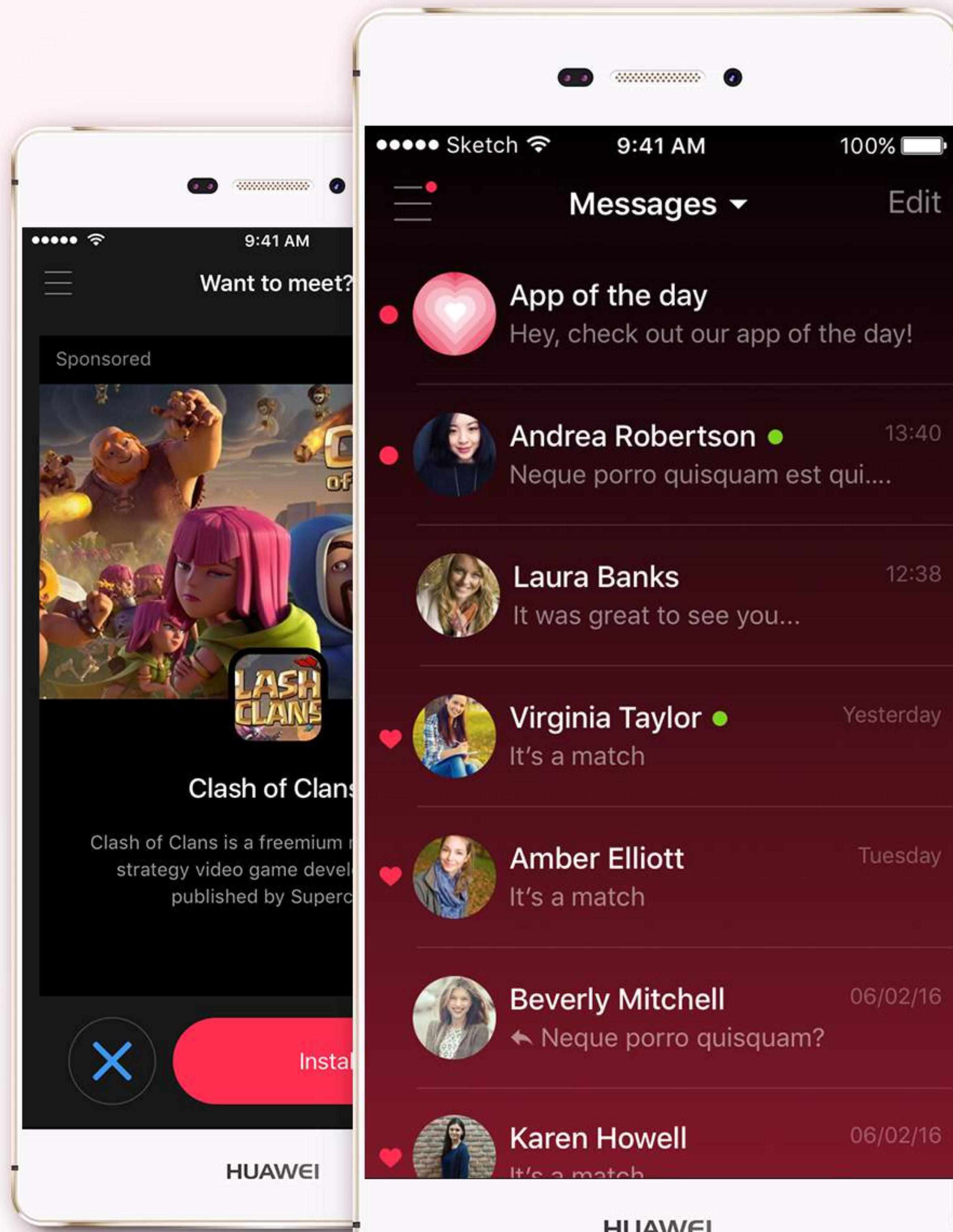
Для России CPM у нас "устаканился" на уровне 6.7\$



Прямые продажи



Тесты разного рода услуг



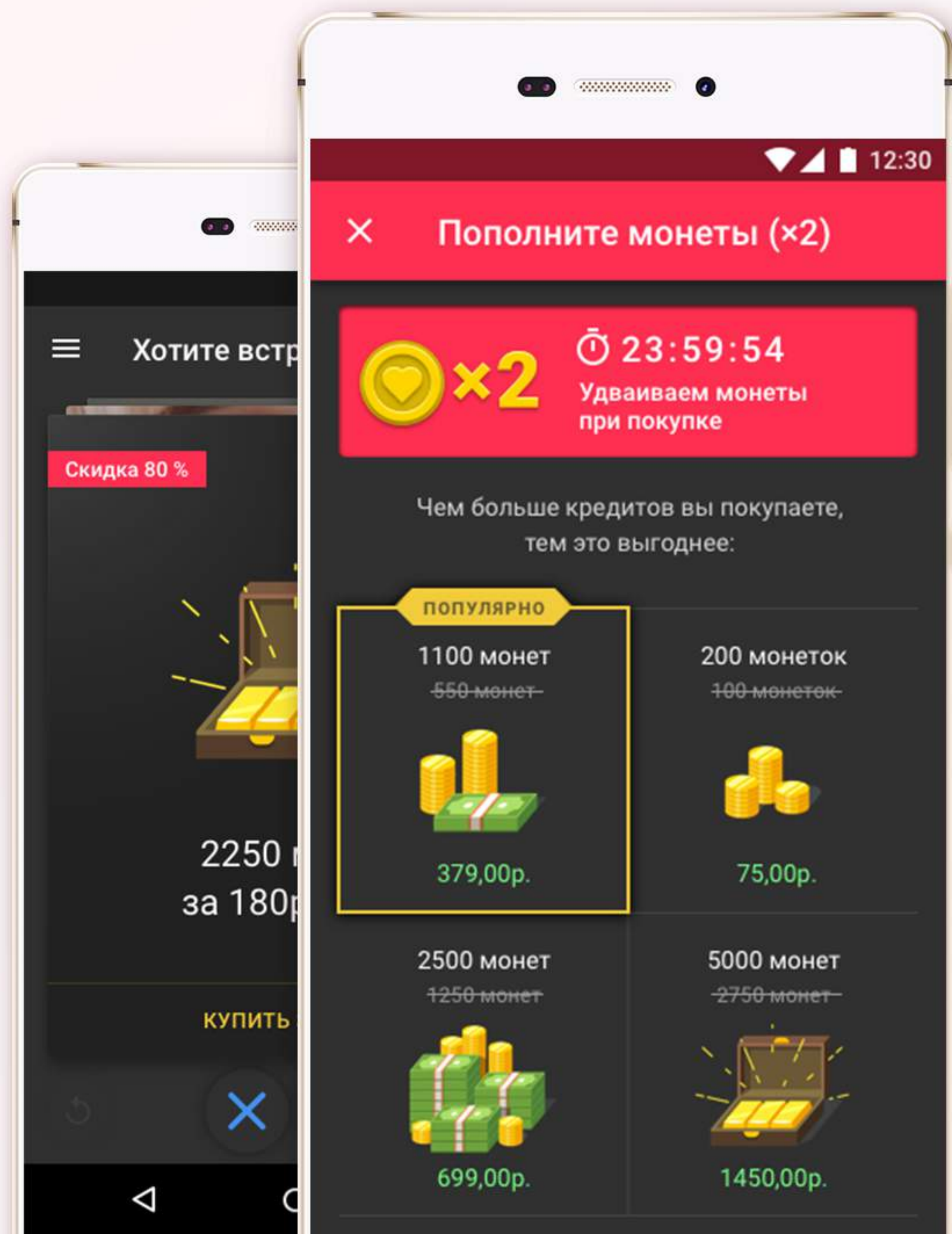
Тестировали:

- Отправку платных подарков
- Покупку показов
- Возможность отправлять сообщение за деньги
- Буст анкеты
- Выход в ленту
- Открытие списка поклонников на 1 день

Так и не нашли никакой "золотой жилы". Прямые покупки по прежнему составляют существенно меньший процент дохода по сравнению с подписками.



Добавление внутренней валюты и акций на нее

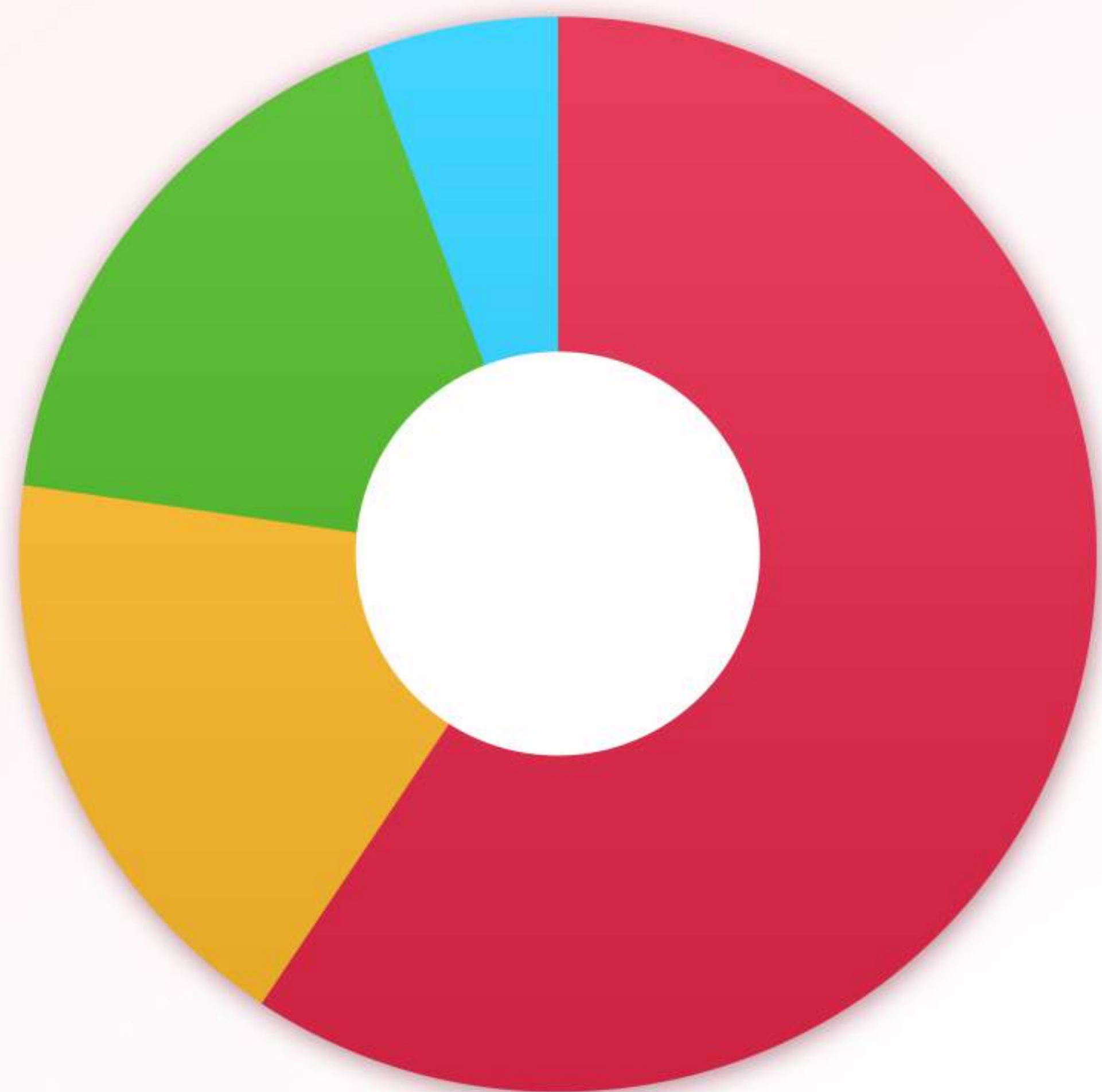


На Android с вводом внутренней валюты увеличили с 18% до 26% долю в доходе от прямой монетизации, на iOS с 6% до 11% соответственно.

Внутренняя валюта дает больше мотивации на покупку, больше средний чек покупки, появляется возможность удобно запускать акции.



Текущее состояние по структуре доходов



Доходы в iOS:

- 59% VIP-подписки триал
- 18% VIP-подписки прямые
- 17% реклама (Facebook Audience)
- 6% прямые покупки

7% активируют триал

**15-18% успешно проходят 1-й ребил
(хотя по статистике iTunesConnect 30%+)**

Текущее состояние по структуре доходов



Доходы в Android:

- 53% VIP-подписки прямые
- 13% VIP-подписки триал
- 24% прямые покупки
- 10% реклама (UnityAds + Fyber)



Другие вещи, которым мы научились

Деньги в статистике
не равно деньги на счете

Успешно интегрированная
реклама не гарантирует
долгосрочного заработка

Иногда случаются вещи,
которые ты предсказать
не можешь

Изначально к вам приходят
лучшие ваши пользователи

Спасибо за внимание!

Вопросы?



Для вас выступал:

Александр Фролов

frolov@playform.com

**Мы ищем людей, готовых
достигать результата!**

hr@playform.com

Фотострана