

مهمترین دلایل شکست اپلیکیشن های موبایل در بازار

ما روزانه از برنامه های مختلف تلفن همراه استفاده می کنیم، اما آیا می دانید تعداد زیادی برنامه وجود دارد که شکست خورده اند؟ هر صاحب برنامه باید اپلیکیشن خود را محبوب و مورد تقاضا کند، اما برخی از کارآفرینان با اشتباهاتی که می کنند، منجر به شکست برنامه می شوند.

طبق تحقیقات صورت گرفته، ۷۹٪ از کاربران پس از اوبین نصب، آنرا حذف می کنند، این بدان معناست که برنامه شما باید عالی باشد و انتظارات مشتریان را برآورده کند. چرا اپلیکیشن ها شکست می خورند؟ پاسخ این مسئله پ را در ادامه خواهیم گفت و اینکه چگونه اپلیکیشن ما دچار شکست نشود، با ما همراه باشید:

دلایل شکست اپلیکیشن موبایل

ابتدا لازم است دلایل شکست برنامه ها را مشخص کنید، دلیل جدیدی برای شکست وجود ندارد و تقریباً تمام دلایل تکراری هستند، ما در ادامه دلایل شکست را آورده ایم آنها را به دقت مطالعه کنید تا از تکرار اشتباهات بپرهیزید.

برنامه شما کاربردی نیست

اگر برنامه شما از روی اپلیکیشنی پرطرفدار کپی شده است و هیچ اصالتی ندارد، تعجب نکنید که هیچ کس به برنامه شما نیاز ندارد. یک برنامه باید یک مشکل خاص (یا چند مورد) را حل کند و چیزی را در اختیار کاربران قرار دهد که در برنامه های دیگر نمی توانند پیدا کنند. حتی زمانی که قصد رقابت با دیگران را در بازار دارید، باید مطمئن شوید که اپلیکیشن شما نسبت به رقبای بیشتری داشته باشد و تنها به دنبال کسب سود نباشید.

عدم شناخت از مخاطب هدف

"چرا هیچ کس به برنامه من نیاز ندارد؟" ممکن است شما در شناخت مخاطب هدفتان درست حدس نزده باشید، به عنوان مثال، شما یک برنامه رسانه اجتماعی ایجاد کردید و منتظر حضور کاربران در آن هستید، اما با گذشت زمان عضوی در آن پیدا نکرده اید زیرا نمی دانید مخاطبان بالقوه برنامه رسانه های اجتماعی شما باید چه باشند. قبل از شروع، باید تحقیقاتی انجام دهید، ایده های خود را تجزیه و تحلیل کنید، و بسته به نوع برنامه، در مورد مخاطبان هدف برنامه خود اطلاعات بیشتری کسب کنید تا به موفقیت دست یابید.

پلتفرم نادرست انتخاب شده

البته این به شما بستگی دارد که چه پلتفرم اپلیکیشنی را انتخاب کنید، اما باید هنگام انتخاب مواردی دیگر بجز ذهنیات خود را در نظر بگیرید. شما باید تحقیقات بازار را با توجه به نوع اپلیکیشن انجام دهید و بفهمید چه پلتفرمی مناسب تر است، اما اگر بودجه کافی برای ساخت همزمان اپلیکیشن برای iOS و اندروید دارید، این یک سناریوی برد-برد برای شما است.

برنامه خیلی پیچیده است

اپلیکیشن شما توسط افرادی مانند خودتان استفاده می شود، بنابراین تصور کنید که شما یک کاربر معمولی هستید. یک برنامه را باز می کنید، به دنبال برخی ویژگی های خاص می گردید، اما زمان زیادی می برد و در

نهایت، آنچه را که انتظار داشتید پیدا نمی کنید. واکنش شما چیست؟ خشم، نارضایتی، ناامیدی. همان کاربران برنامه شما در صورت پیچیده بودن آن احساس می کنند.

برنامه شما باید قابل درک باشد، ناوبری ساده و فهرست واضحی از ویژگی ها داشته باشد. تجربه کاربری باید تا حد امکان ساده باشد اما در عین حال برای مردم خوشایند باشد. بنابراین پیچیدگی دلیل دیگری برای شکست برنامه ها است.

تعداد زیاد قابلیت ها (یا فقدان آنها)

آن دسته از برنامه هایی که پس از اولین روز استفاده کنار گذاشته می شوند، تعداد ویژگی های کمی ندارند، یعنی اینکه این موضوع که تا می توانید در آن ویژگی اضافه کنید گزینه مناسبی نیست!!! هنگامی که کاربران ویژگی های فراوانی را مشاهده کنند، بعید است که خوشحال شوند، آنها احتمالاً گیج می شوند و برنامه دیگری را جستجو می کنند. از طرف دیگر، فقدان ویژگی ها نیز علیه شما بازی می کند. اگر برنامه دارای ویژگی های بسیار کمی باشد، هیچ ارزشی را نشان نمی دهد.

در عین حال، وقتی ویژگی های زیادی در برنامه شما وجود دارد، ممکن است ناخوشایند به نظر برسد و کاربران آن را رها کنند. شما باید بررسی کنید که چه تعداد ویژگی برای برنامه شما لازم است.

UX نامناسب

این جنبه شامل بسیاری از مسائل مهم می شود، جدای از ناوبری واضح و شهودی که باید به طور پیش فرض در دسترس باشد، باید به مواردی همچون زمان بارگذاری طولانی، فرآیند ثبت نام طولانی و غیره نیز توجه داشت. اطمینان حاصل کنید که برنامه شما عملکرد بالایی دارد، اگر زمان بارگذاری بیش از ۵ ثانیه طول کشید، یک صفحه نمایش اسپلش اضافه کنید، تا کاربر احساس نارضایتی نداشته باشد.

نادیده گرفتن مشتریان

نظر مشتریان بسیار مهم است، با گوش دادن به آنها، می توانید محصول خود را بهبود ببخشید، تمام تغییرات لازم را ایجاد کنید و تجربه شگفت انگیز جدیدی را به مشتریان خود هدیه دهید. اما برخی از صاحبان برنامه بازخورد مشتری را غیر ضروری می دانند و این اشتباه بزرگ آنهاست.

باید از مشتریان بازخورد جمع آوری کنید و به آنها پاسخ دهید. وقتی مشتریان بدانند که مورد قدردانی قرار می گیرند، کاربران بیشتری به دست خواهید آورد، محبوبیت اپلیکیشن و همچنین وفاداری مشتری افزایش خواهد یافت.

عدم وجود برنامه بازاریابی

چرا اکثر برنامه ها شکست می خورند؟ زیرا حداقل نیمی از بودجه برای بازاریابی نیست. صبر کن چی؟ بازاریابی؟! ما در حال طراحی و ساخت یک اپلیکیشن عالی هستیم که مطمئناً برای مردم کاربردی و مفید است و مورد توجه قرار می گیرد. شاید در این اپلیکیشن از بهترین فناوری های بلاک چین، هوش مصنوعی و سیستم های پرداختی قدرتمند استفاده شده باشد، اما آیا تمام کاربران به آنها احتیاج دارند و برایشان کاربردی است ؟

ما هر روز بیشتر بودجه خود را صرف ویژگی های جدید می کنیم و بخش بسیار اندکی را برای بازاریابی آن در نظر می گیریم، حتی ممکن است فکر کنید که باید پول بیشتری برای آن ویژگی قاتل جمع آوری کنید تا برنامه شما در همه جا شناخته شود و تمام افراد از آن استفاده کنند!!! شما برای موفقیت تنها به یک ویژگی جذاب نیاز دارید

اکثر اپلیکیشن هایی که دارای ویژگی های زیادی بودند به جایی نرسیده و شکست خوردند، برای شروع حتما یک محصول نزدیک به MPV ایجاد کنید و بر روی بازاریابی دقیق آن تمرکز کنید تا مشتریان در مورد شما و محصول شما آگاهی پیدا کنند.

ما این واقعیت را فرض می کنیم که شما تحقیقات بازار دقیقی انجام داده اید و ویژگی هایی را ایجاد کرده اید که فکر می کنید مشتریان شما از آن لذت می برند. شما همه این کارها را انجام دادید و یک محصول عالی برای مشتریان خود دارید. شما بازار هدف خود را می شناسید و (فکر می کنید) بازار هدف شما محصول شما را می خواهد، شما فقط باید به آنها اطلاع دهید. اکثر کسب و کارها در مورد سرمایه گذاری در بازاریابی شک دارند و از بازاریابی ممکن است متنفر باشند، اما بدون معرفی محصول به مخاطب چطور می توان موفق شد؟

بدون بازاریابی، هیچ کس در مورد محصولاتی که ما وقت و سرمایه خود را صرف آن کرده ایم، نمی داند. شما می توانید با داشتن یک بازاریابی عالی، و حتی داشتن یک محصول نه چندان عالی، موفق شوید!!! به همین دلیل است که ما معتقدیم که شما باید بودجه محصول خود را به گونه ای تنظیم کنید که حداقل نیمی از آن را برای بازاریابی آن بگذارید. مهم نیست در کجا تبلیغات کنید اما باید تلاش کنید!!!

با توجه به تجربه بیش از ۱۰ سال پیشگامان دامنه فناوری از توسعه محصولات عالی برای کاربران، جایی که اکثر افراد شکست می خورند، این است که آنها هیچ بودجه ای را برای استراتژی بازاریابی با اهداف روشن در بلندمدت اختصاص نمی دهند.

این نتیجه تجربه ما برای موفقیت یک اپلیکیشن یا سایت است:

حداکثر، نیمی از بودجه شما باید صرف ساخت محصول شود (ترجیحاً یک MVP نه یک محصول کامل) و حداقل نیمی از بودجه شما باید صرف اطلاع رسانی به مردم در مورد محصول یا خدمات شما شود.

چگونه یک برنامه می تواند مفید باشد: نکاتی برای جلوگیری از شکست برنامه

هیچ کس نمی خواهد از اپلیکیشن های بی مصرف استفاده کند، بنابراین توصیه می شود سه مرحله ساده را دنبال کنید که از شکست برنامه شما جلوگیری می کند و به شما امکان موفقیت و رشد می دهد.

یک تحقیق مفصل انجام دهید

از همان ابتدا، قبل از اینکه شروع به ساخت اپلیکیشن برای کسب و کار خود کنید، باید بازار را تحلیل کنید و با رقبای موجود آشنا شوید. هنگامی که برنامه های دیگر را تجزیه و تحلیل می کنید، ویژگی های آنها را کشف کنید و آنها را فهرست کنید، این به شما کمک می کند تا برنامه خود را متمایز کنید و در بازار پیشتان شوید. باید در نظر داشته باشید که عجله در پیاده سازی باعث باعث اتلاف هزینه شما می شود، هر برنامه موبایلی برای ساخت کارآمد به یک رویکرد قوی نیاز دارد.

تست جامع مورد نیاز است

برای اطمینان از اینکه برنامه شما به درستی و بدون نقص کار می کند، آزمایش کامل به کمک شما می آید. تست جامع شامل قابلیت استفاده، عملکرد، امنیت و غیره است. علاوه بر این، مراقب باشید که در طول هر بروزرسانی برنامه، کیفیت و کارایی را بررسی کنید.

بروزرسانی های منظم تجربه مشتری را بهبود می بخشد

همانطور که در بالا اشاره کردیم، یکی از دلایل شکست برنامه ها نادیده گرفتن کامل مشتریان است. شما باید برنامه خود را به دلیل ترجیحات مشتری بهبود دهید و همه باگ ها را به موقع برطرف کنید. این بهترین دلیل برای احترام شما به مشتریان خواهد بود و آنها اعتماد بیشتری به محصول شما خواهند داشت.

معیارهای کلیدی برای نظارت در هنگام راه اندازی برنامه تلفن همراه

یک سری معیارهای مهمی در اپلیکیشن ها وجود دارد که باید همیشه بر آنها نظارت داشته باشید، این معیارها به شما کمک می کند با کاربران بهتر در ارتباط باشید و همیشه آماده رفع ایرادات اپلیکیشن باشید.

DAU و MAU این اختصارات به معنای کاربران فعال روزانه و کاربران فعال ماهانه است. شما باید هر روز و هر ماه تعداد کاربران فعال برنامه خود را ردیابی کنید. این به شما درک می کند که اپلیکیشن شما چقدر مفید و محبوب است. سپس، می توانید کاربران خاصی را که به طور مداوم از برنامه شما استفاده می کنند، ردیابی کنید.

تعداد دانلود. چرا کسی برنامه من را دانلود نمی کند؟ اگر این سوال پیش آمد، باید اقدام فوری انجام دهید. باید تعدادی از دانلودها را زیر نظر داشته باشید، می توانید میزان تعامل کاربر را اندازه گیری کنید و ببینید که چگونه اپلیکیشن شما محبوبیت پیدا کرده یا از دست می دهد. استراتژی بازاریابی شما مستقیماً بر سطح دانلودها نیز تأثیر می گذارد.

نرخ ماندگاری این معیار برای موفقیت برنامه بسیار مهم است، زیرا به شما کمک می کند تعداد کاربرانی را که در طول یک روز، هفته، ماه و غیره حفظ شده اند نظارت کنید. هر چه میزان حفظ بیشتر باشد، برای شما بهتر است. از دست دادن ناگهانی کاربران ممکن است سیگنالی برای شما باشد که به روزرسانی های فوری را انجام دهید.

نرخ ریزش. این یک نقطه مقابل نرخ حفظ است. توجه داشته باشید که نظارت بر تعداد کاربرانی که برنامه را رها می کنند، آن را حذف می کنند، امتیاز ستاره ضعیفی می دهند و غیره. باید تا حد امکان کمتر باشد. در غیر این صورت، به این معنی است که برنامه شما ارزشی ندارد.

CPA هزینه به ازای خرید (CPA) معیاری است که به شما امکان می دهد بدانید هر مشتری چقدر هزینه دارد. برای جذب هر مشتری مقدار مشخصی پول خرج می کنید و باید این مقدار را دقیقاً بدانید. اگر این نرخ بالاتر از نرخ ارزش مادام العمر باشد، پول خود را از دست می دهید، سود صفر. پس به آن توجه کنید.

فاصله و طول استفاده. اینجا همه چیز ساده است. نرخ فاصله به معنای زمان استفاده و مراجعه کاربر به اپلیکیشن است. طول استفاده نشان می دهد که افراد چه مدت در برنامه شما گشت و گذار می کنند. هر دو نرخ برای اندازه گیری سطح تعامل کاربر مهم هستند.

نرخ تبدیل. شما تعداد اقدامات انجام شده در برنامه خود را پیگیری می کنید. بنابراین نرخ تبدیل درصدی از کاربرانی است که اقدامات خاصی را انجام داده اند. و وظیفه شما این است که بفهمید آیا کاربران به هدف خود رسیده اند یا خیر. شما می توانید تجربه مشتری را بهبود ببخشید و نقاط ضعف خود را شناسایی کنید.

زمان بارگذاری برنامه اگر برنامه شما بیش از ۵ ثانیه بارگذاری شود، ممکن است یک مشکل باشد، بنابراین، همیشه باید زمان بارگذاری برنامه را بررسی کنید و از تعامل با کیفیت بالا بین برنامه و مشتریان اطمینان حاصل کنید. یک صفحه نمایش اسپلش ممکن است گزینه خوبی برای دستیابی به آن باشد.

نتیجه نهایی

شکست خوردن بسیار آسان تر از موفقیت است، این یک حقیقت ثابت است. بنابراین زمانی که می خواهید در مورد توسعه نرم افزار و نحوه ساخت اپلیکیشن برای کسب و کار خود اطلاعات بیشتری کسب کنید، باید فرآیند آنرا درک کنید. بازار، مخاطبان هدف بالقوه، رقبای موجود و غیره را تجزیه و تحلیل کنید.

هدف ما در شرکت طراحی اپلیکیشن پیشگامان دامنه فناوری، کمک به شما در ایجاد یک اپلیکیشن موبایل درجه یک است. اگر به دنبال توسعه دهندگان نرم افزاری هستید که می توانید ایده خود را به آنها بسپارید، با ما تماس بگیرید. ما در توسعه و طراحی محصولات وب و موبایل متخصص هستیم، تیم ما همیشه در اختیار شماست!