МОБИЛЬНЫЙ E-COM 2025

Приложение, которое
генерирует прибыль 24/7

FITTIN

К КОНЦУ 2025 Г. ДОХОД ОТ МОБИЛЬНОЙ КОММЕРЦИИ ДОСТИГНЕТ $2,5 ТРЛН.

73 % ОНЛАЙН-ПРОДАЖ

Уже сейчас 73% всех глобальных онлайн-продаж совершаются через мобильные устройства.

41 % РОСТ ТОРГОВЛИ В РОССИИ

Рынок интернет-торговли в России в 2024 г. вырос на 41% и достиг почти девяти трлн руб.

УСТАНОВКИ ПРИЛОЖЕНИЙ +17 %

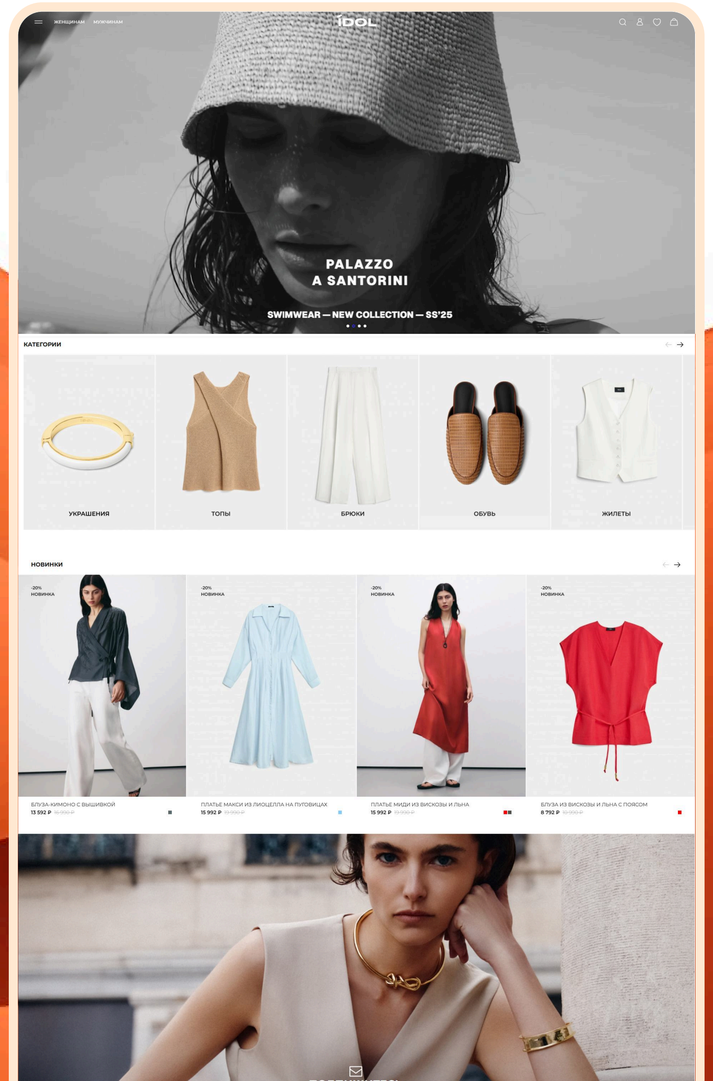
Установки e-commerce приложений выросли на 17% за 2024 г.

СЕССИИ ДЛИННЕЕ НА 13 %

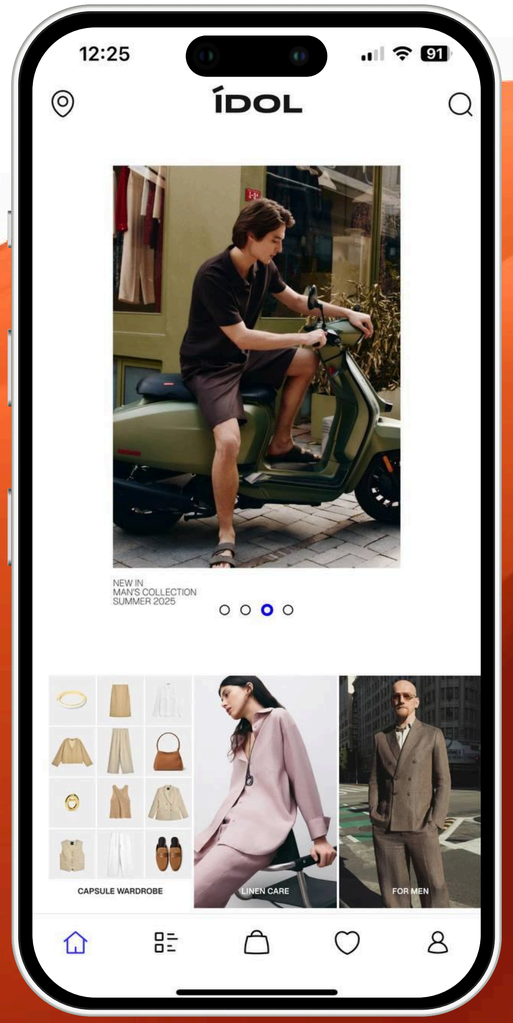
Длительность пользовательских сессий в приложениях увеличилась на 13%.

ОМНИКАНАЛЬНЫЙ ЗАПУСК БРЕНДА IDOL

САЙТ

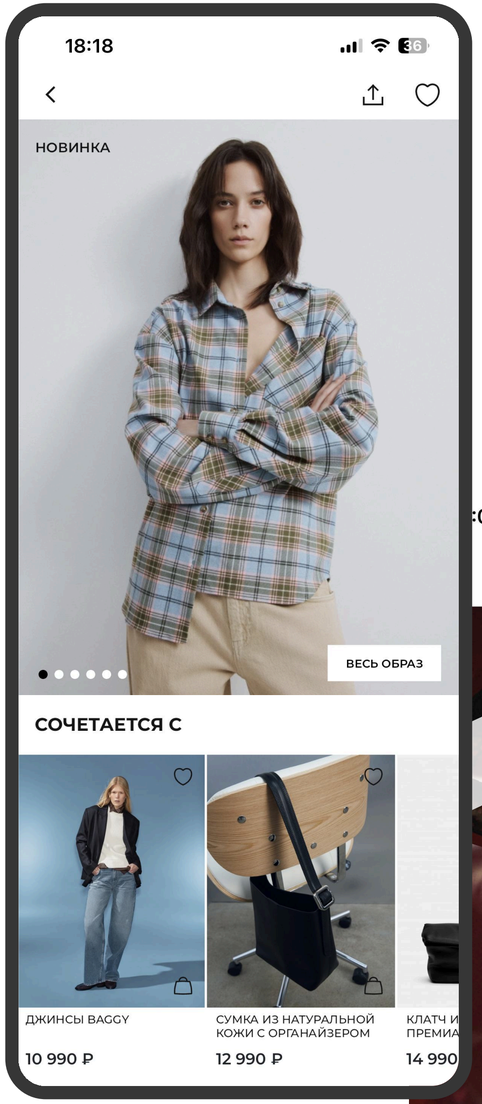


ПРИЛОЖЕНИЕ



ОФЛАЙН МАГАЗИН

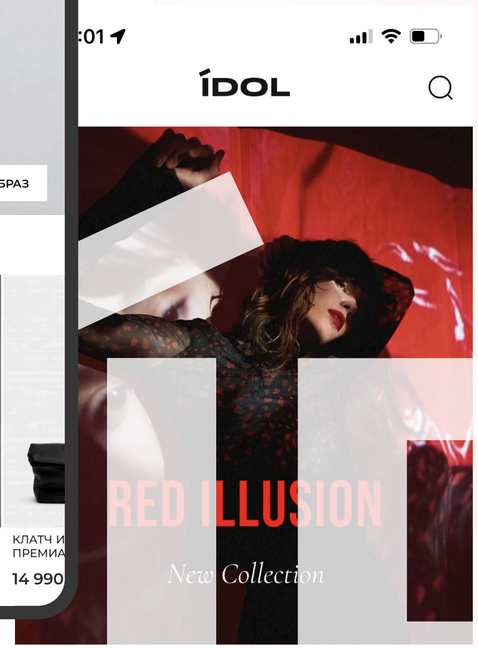
ФУНКЦИОНАЛ ПРИЛОЖЕНИЯ



СОЧЕТАЕТСЯ С

Выбирая какую-либо вещь, пользователь как правило задумывается сразу о том, с чем будет сочетать её

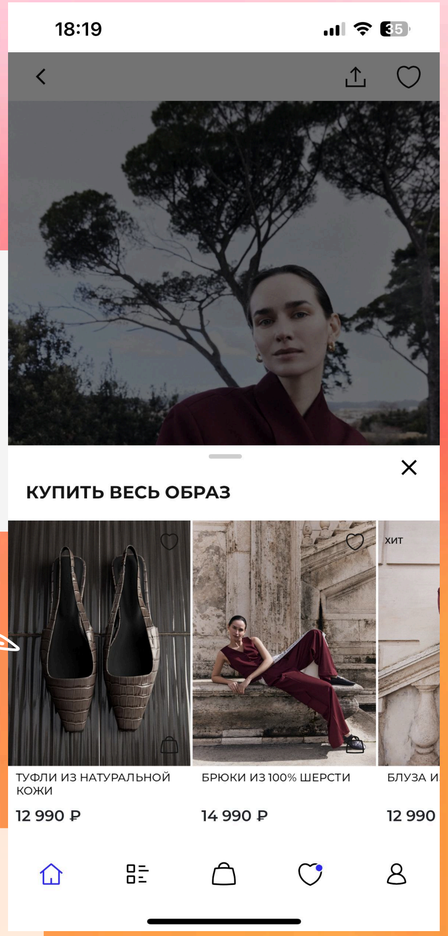
Помогите вашему пользователю сразу дополнить образ в вашем магазине



КУПИТЬ ВЕСЬ ОБРАЗ

Стилисты подбирают готовые образы, которые сразу можно купить в приложении

Покупатели получают стильный комплект сразу, экономя время и усилия. А сумма среднего чека увеличивается



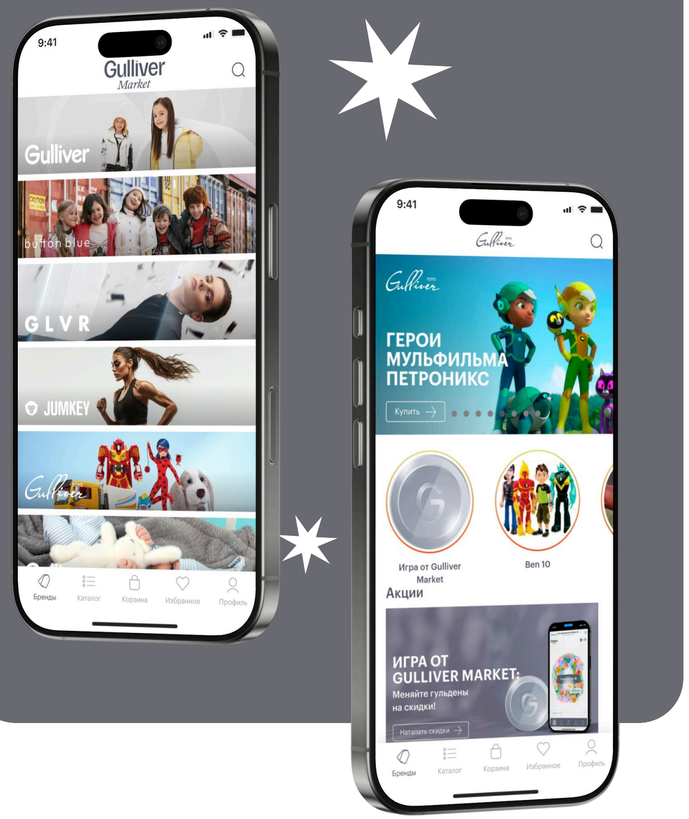
Gulliver

50% ПРИБЫЛИ ПРИХОДИТСЯ НА МОБИЛЬНОЕ ПРИЛОЖЕНИЕ

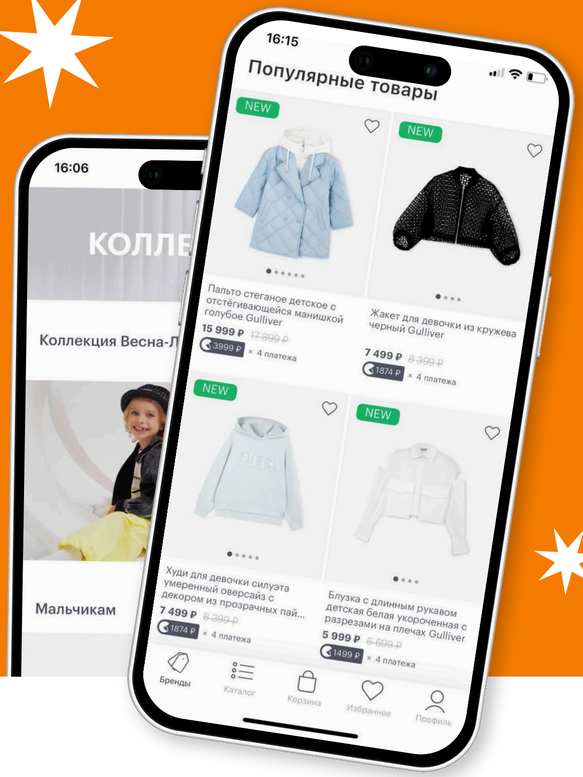
- На данный момент у бренда **85% мобильного трафика**
- На мобильное приложение приходится **50% дохода**
- Конверсия приложения **в 10 раз выше, чем сайта**

ФУНКЦИОНАЛ ПРИЛОЖЕНИЯ

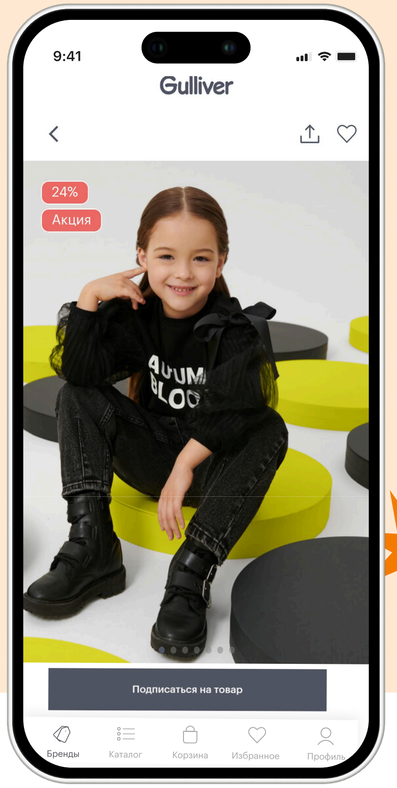
Реализованы бренд-зоны, каждая из которых со своей витриной и каталогом



На витринах каждой из бренд-зон реализована нескончаемая подборка товаров



Для недоступных товаров реализована подписка на товар

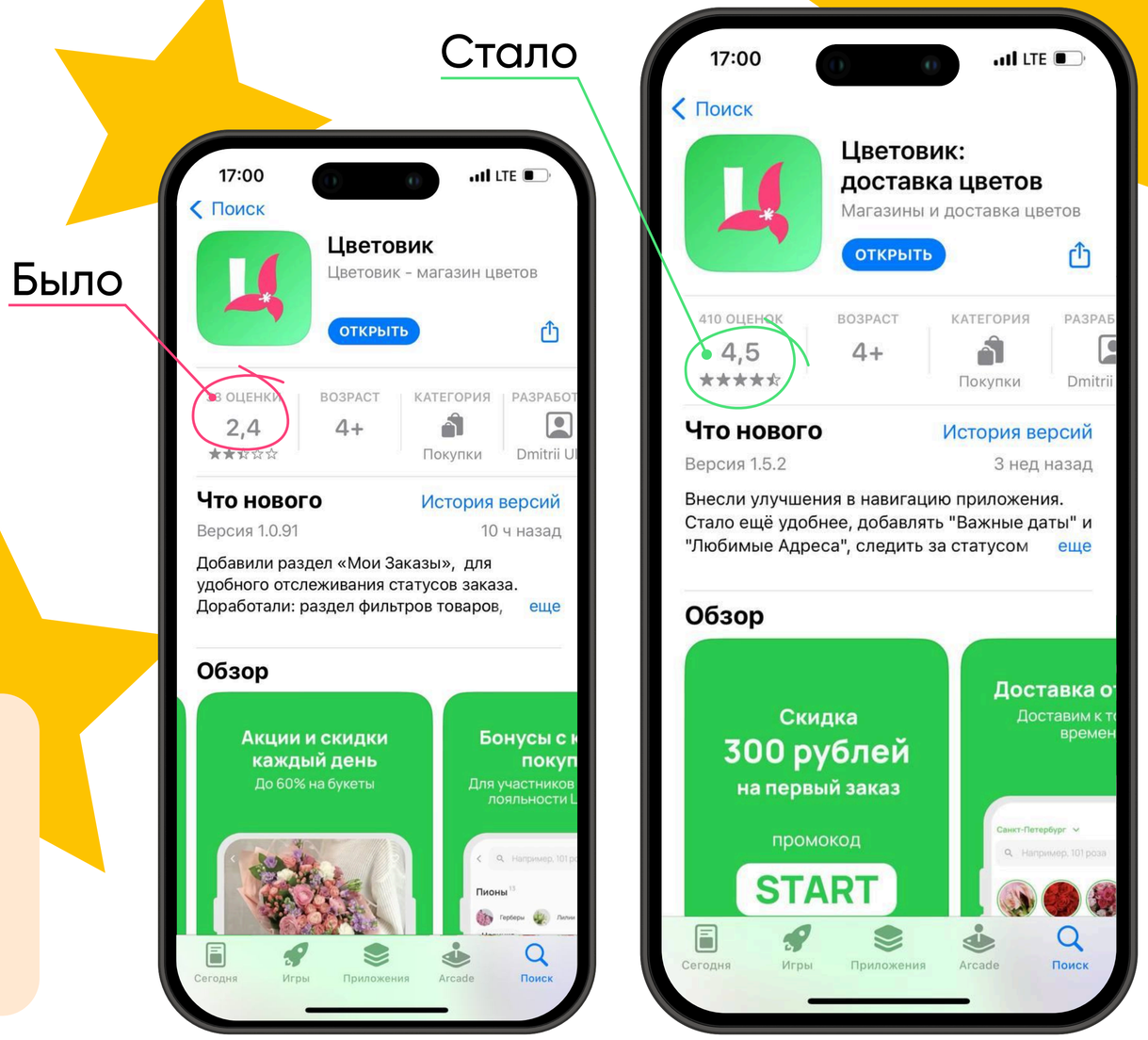


ВЛИЯНИЕ ПРАВИЛЬНОЙ КОМАНДЫ НА РЕЗУЛЬТАТ
КЕЙС ЦВЕТОВИК

За **пол года** совместной работы команд “Цветовик” и FITTIN мобильное приложение цветочной сети **смогло занять высокие позиции в категории “Покупки”** и поднялось на **третье место** среди всех приложений цветочных магазинов

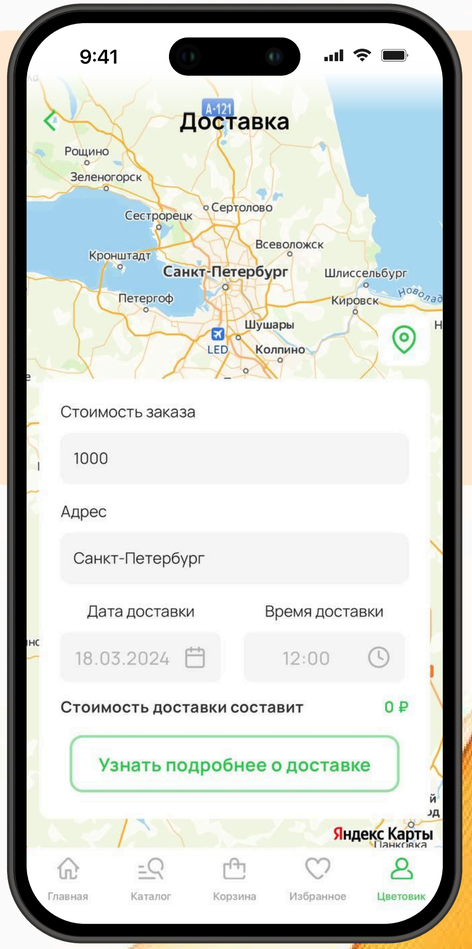
Было

Стало



Благодаря эффективной работе обеих команд удалось не только привлечь пользователей, но и **удержать их интерес,** что дало приложению уверенное преимущество в конкурентной нише

ФУНКЦИОНАЛ ПРИЛОЖЕНИЯ

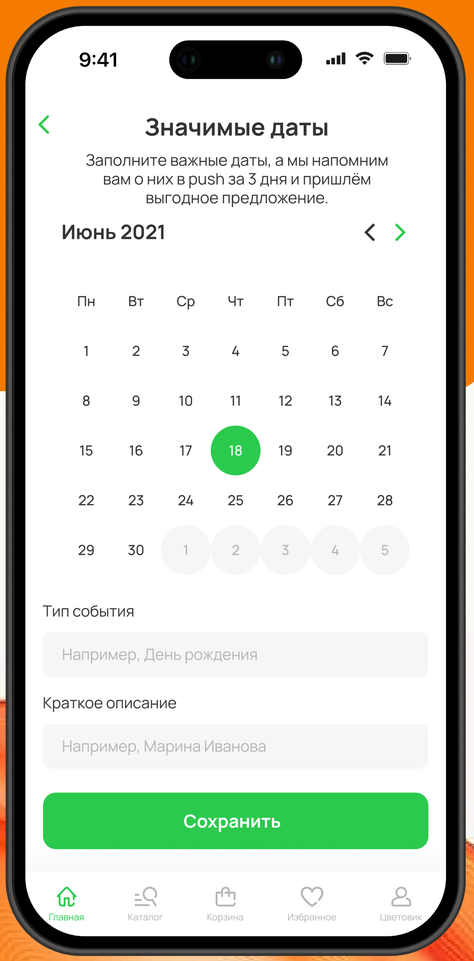


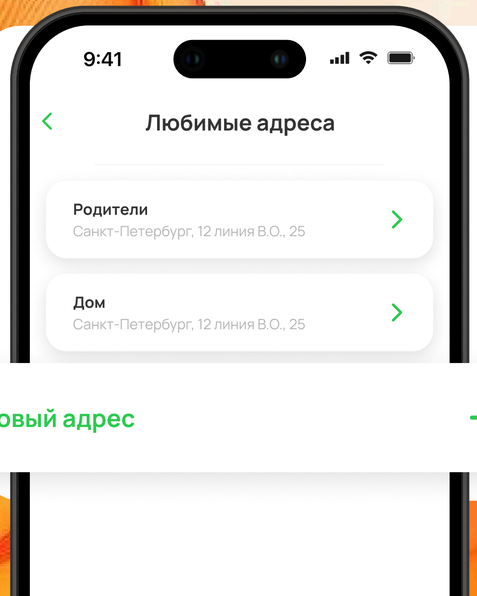
КАЛЬКУЛЯТОР СТОИМОСТИ ДОСТАВКИ

Вы можете **заранее рассчитать стоимость доставки** до вашего адреса — ещё до оформления заказа и без ожидания звонка оператора

ЗНАЧИМЫЕ ДАТЫ

Вы можете сразу вбить в календарь приложения важные даты, **в которые нужно подарить цветы, чтобы не забыть** и готовиться к ним заранее





ЛЮБИМЫЕ АДРЕСА

Пользователи могут сохранять **часто используемые адреса** для быстрого доступа при оформлении доставки

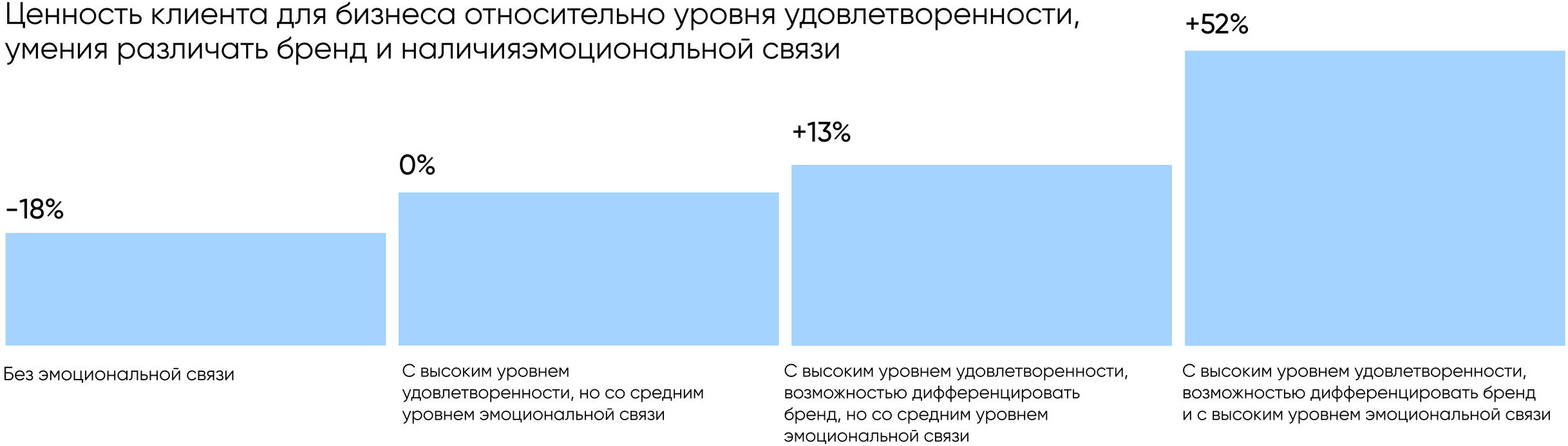
ВПЕЧАТЛЕНИЯ УЛУЧШАЮТ ПРОДАЖИ НА 52%

Товар — не главное
3 из 4 клиентов предпочитают тратить деньги на впечатления, а не на вещи

Эмоциональная привязанность
По данным Harvard Business Review, эмоционально привязанные клиенты на 52% ценнее для бизнеса

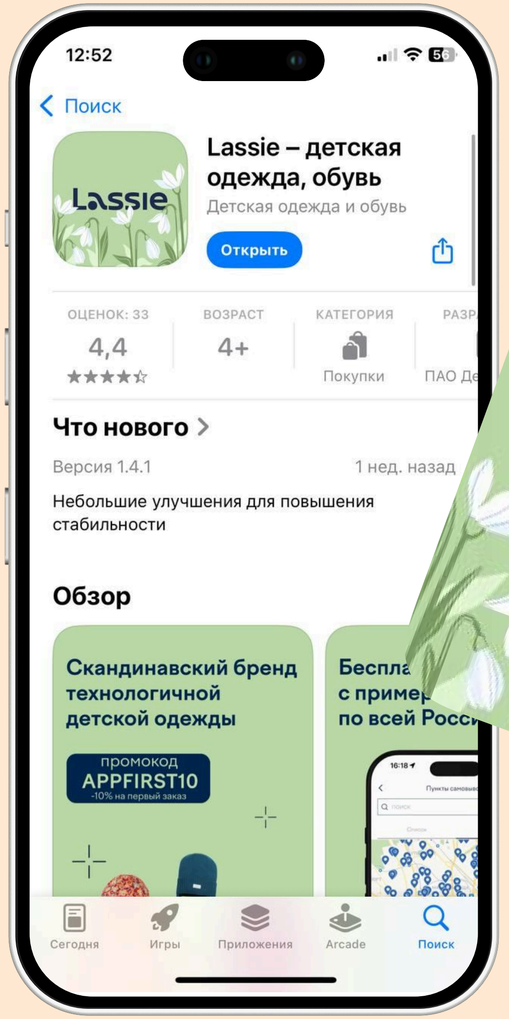
РОСТ ПРОДАЖ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ЭМОЦИОНАЛЬНОЙ СВЯЗИ

Ценность клиента для бизнеса относительно уровня удовлетворенности, умения различать бренд и наличияэмоциональной связи

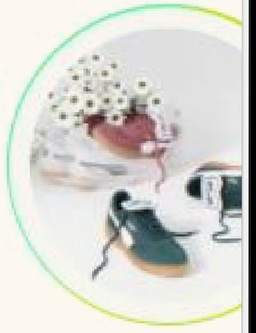


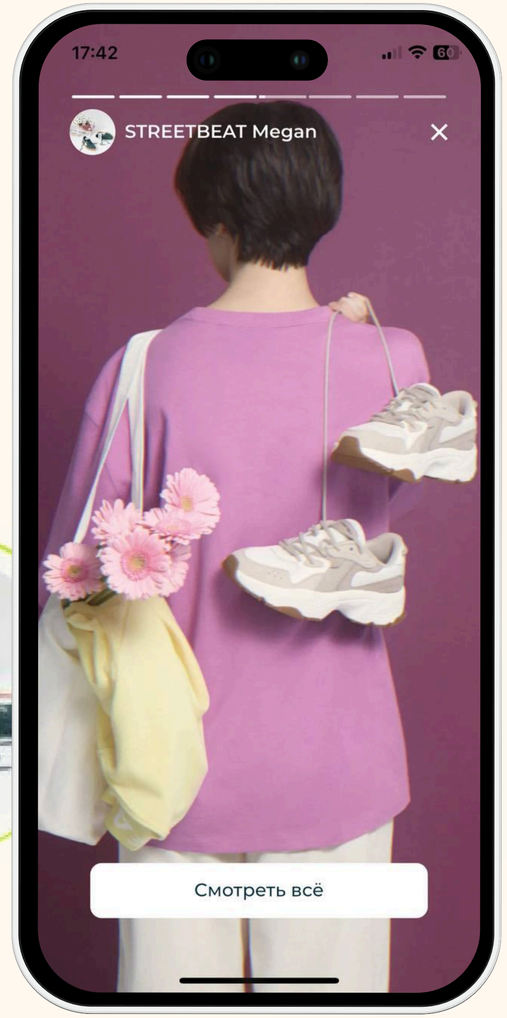
ПРАЗДНИЧНАЯ КАСТОМИЗАЦИЯ:

ТЕМАТИЧЕСКАЯ ИКОНКА ПРИЛОЖЕНИЯ



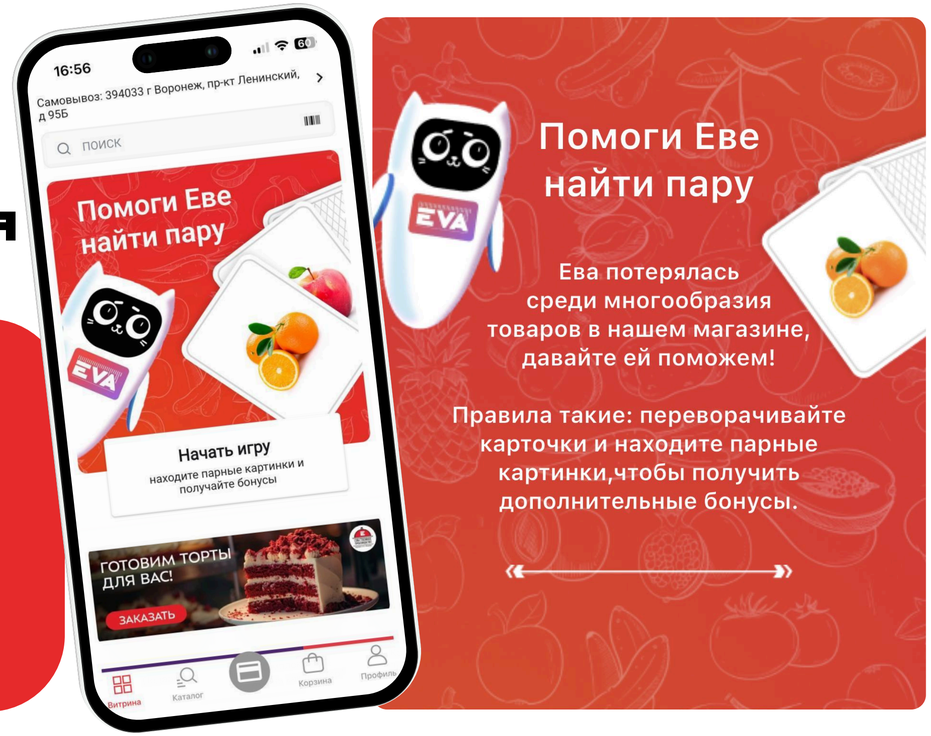
ПРАЗДНИЧНЫЕ БАННЕРЫ И ИСТОРИИ

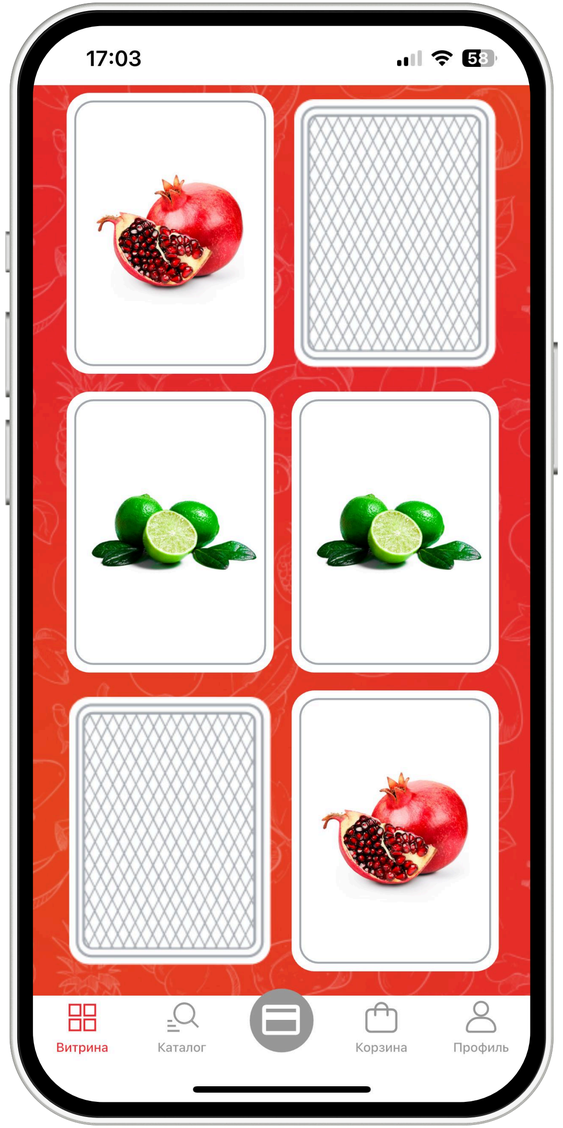




ГЕЙМИФИКАЦИЯ

Награды, достижения, рейтинги и статусы создаютю пользователей ощущение ценности и признания,а также побуждают к продажам за счет интерактивности и азарта.





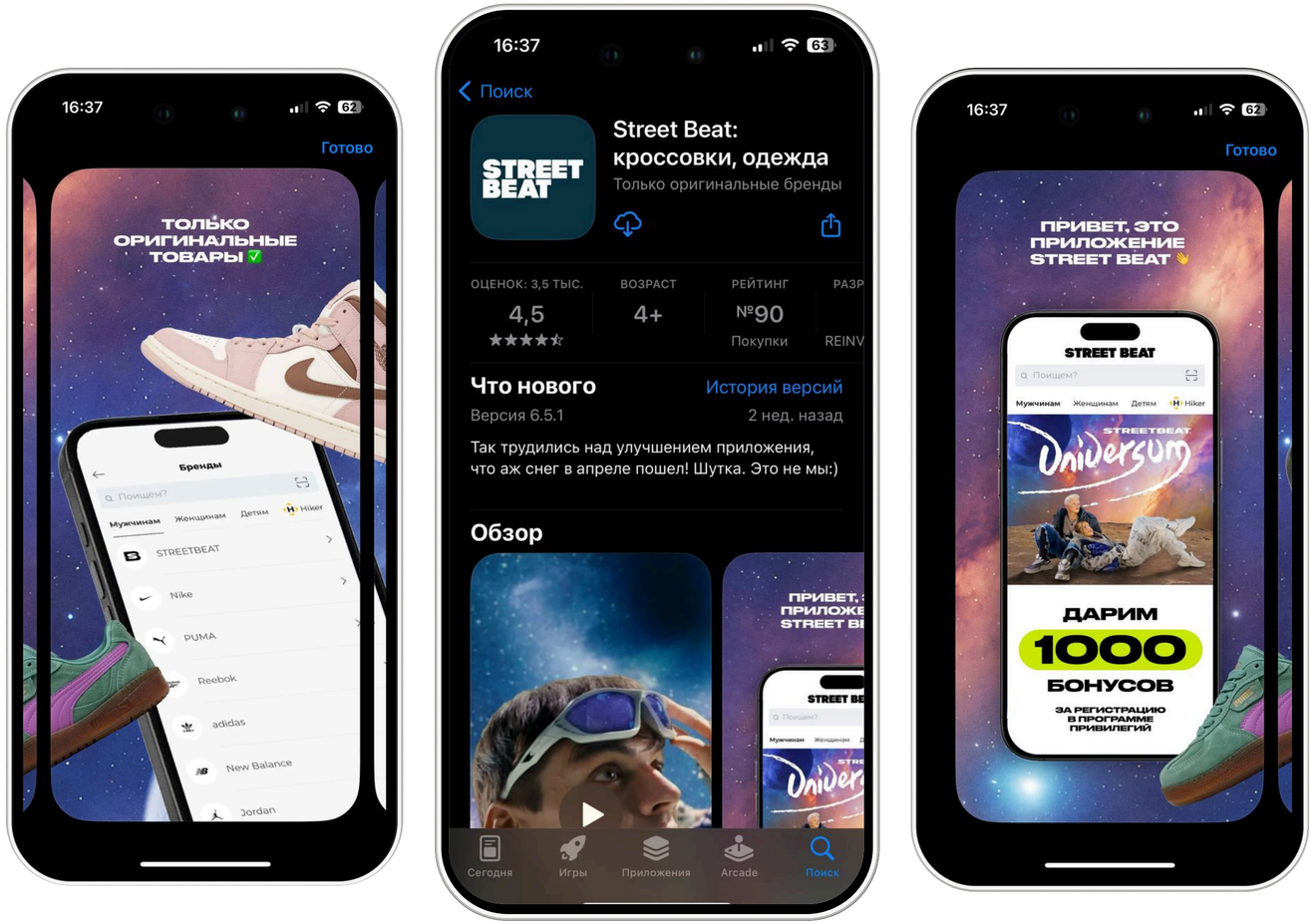
ГРАФИКА ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ В СТОРАХ (APP STORE И GOOGLE PLAY)

Графическая оптимизация (ASO)
увеличивает видимость приложения и рост конверсий.

Визуалы помогают понять
Они показывают, как приложение решает потребности пользователей.

+20-30% к конверсии
Правильно оформленные графические элементы могут повысить конверсию на 20-30%.

STREET BEAT



SILVER SPENDERS СТАНОВЯТСЯ ГЛОБАЛЬНОЙ СИЛОЙ

«Серебряные транжиры»
Потребители 50+ с располагаемым доходом, которые тратят на здоровье, образ жизни и впечатления.

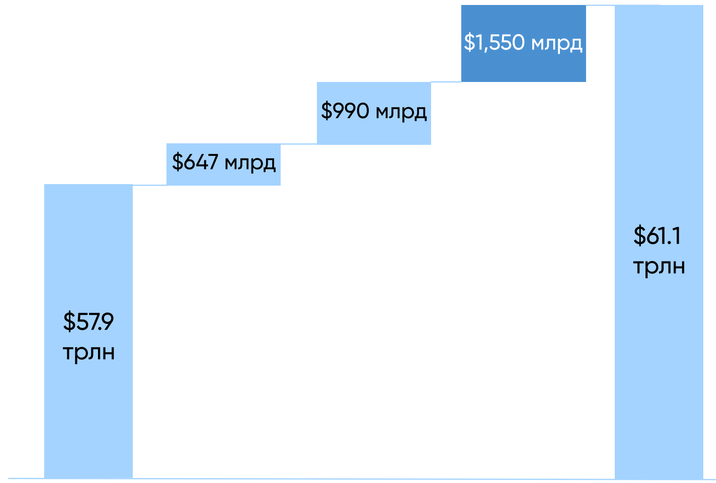
Технически подкованы и активны.
Они не соответствуют стереотипам о пенсионерах и создают спрос на премиум-товары и путешествия.

38% мировых расходов
В 2024 году на людей 50+ приходилось 38% всех мировых трат.

Рынок в триллионы
К концу 2020-х их расходы достигнут нескольких триллионов долларов.

РАСХОДЫ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ПО ВОЗРАСТАМ

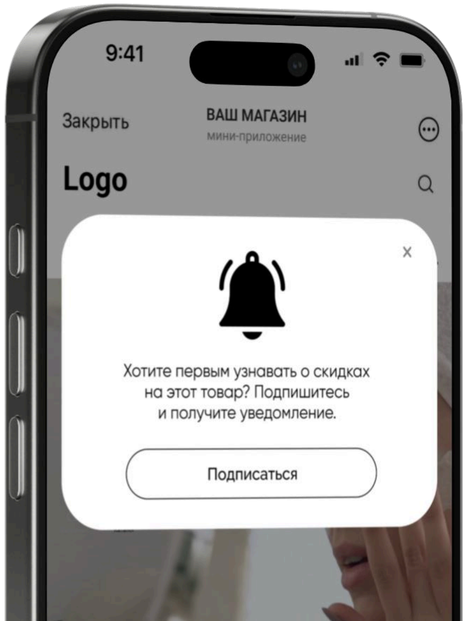
В 2025 году люди в возрасте 50+ лет будут обеспечивать **48% от общего обьема мировых расходов** (на 10% больше по сравнению с 2024).



	0-19 лет	20-49 лет	50+ лет
от общего населения	32%	42%	26%
от общей суммы расходов	20%	31%	49%

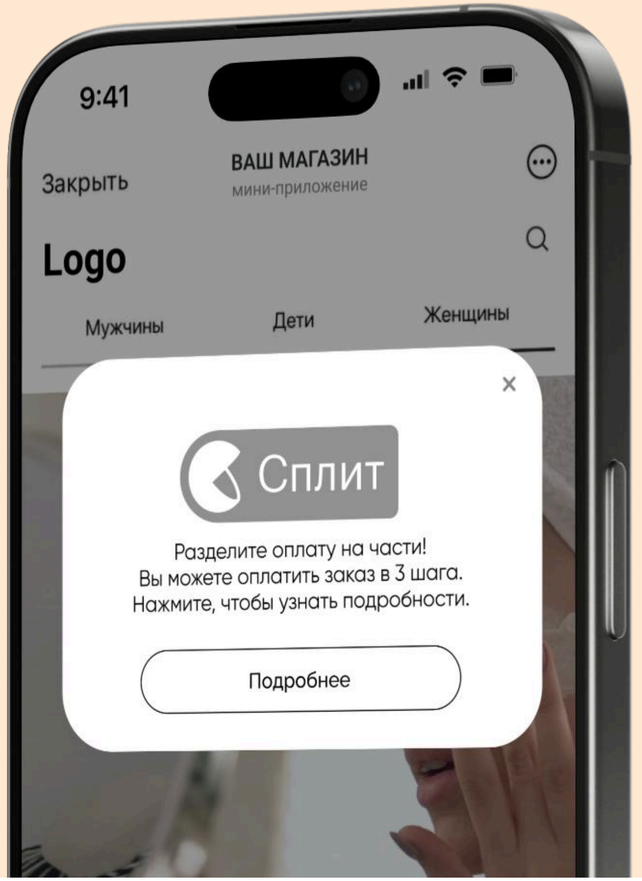
ИСПОЛЬЗУЙТЕ ВСПЛЫВАЮЩИЕ ПОДСКАЗКИ

При правильном использовании мобильные подсказки могут быть очень полезными и эффективными, предоставляя контекстные рекомендации, выделяя ключевые функции или оповещая пользователей о новых обновлениях



ВОСПОЛЬЗУЙТЕСЬ «ПОДПИСАТЬСЯ НА ТОВАР»

ВОСПОЛЬЗУЙТЕСЬ «СПЛИТ»



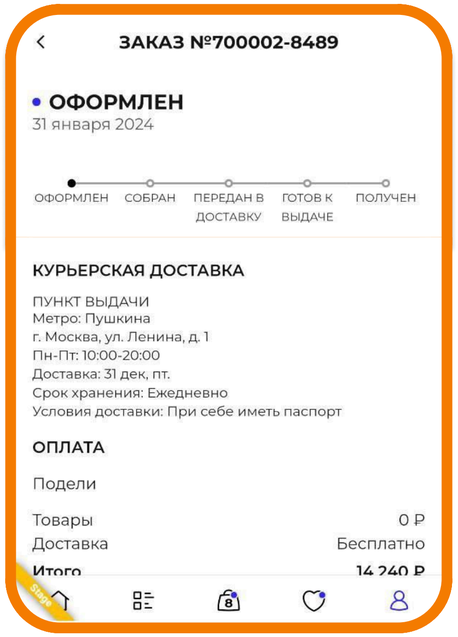
ПОДРОБНОЕ ОТСЛЕЖИВАНИЕ ЗАКАЗА

интерактивная демонстрация
пути товара

ДЛЯ ЧЕГО?

Повышение лояльности клиентов

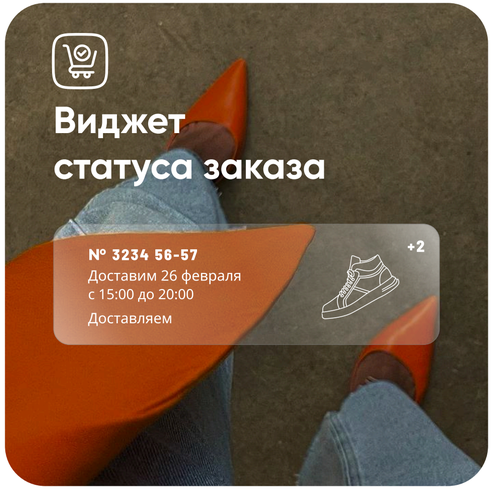
Клиентам важно быстро и удобно получать информацию о статусе их заказа



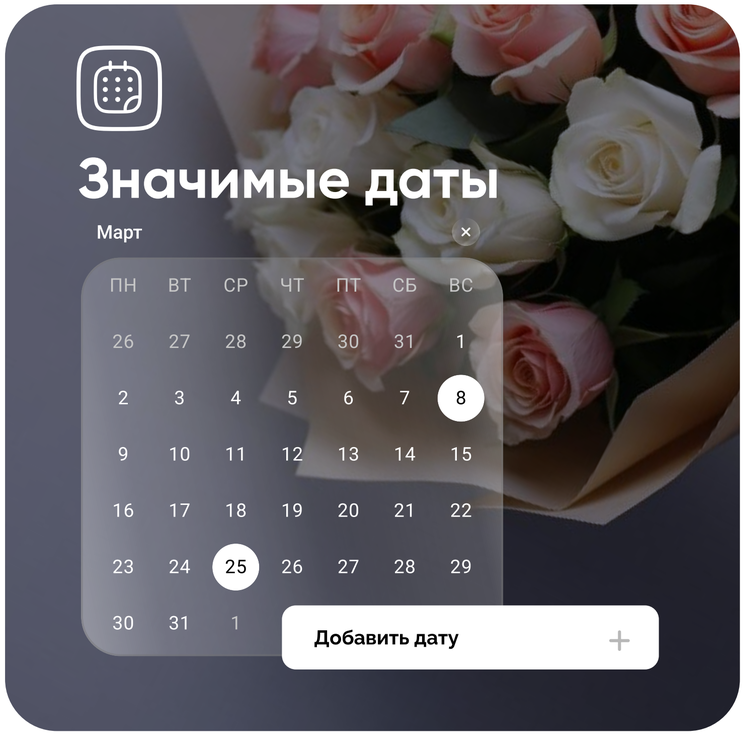
СНИЖЕНИЕ НАГРУЗКИ НА КОЛЛ-ЦЕНТР

дополнительные маркетинговые возможности

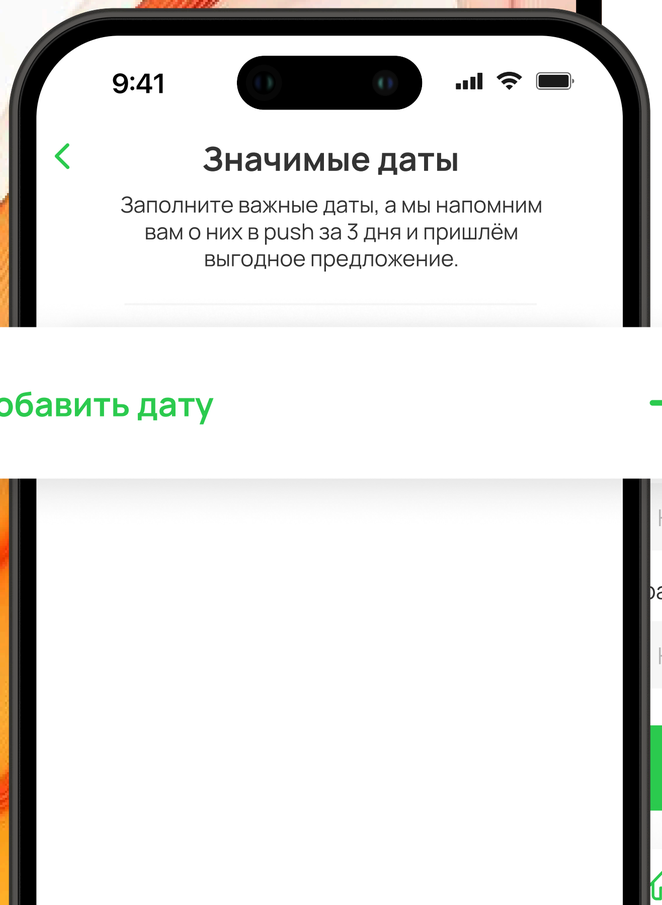
Можно отправить **пуш-уведомления** покупателям о статусе доставки их заказа, а также **о событиях для допродажи,** информации об акциях и други новинках магазина

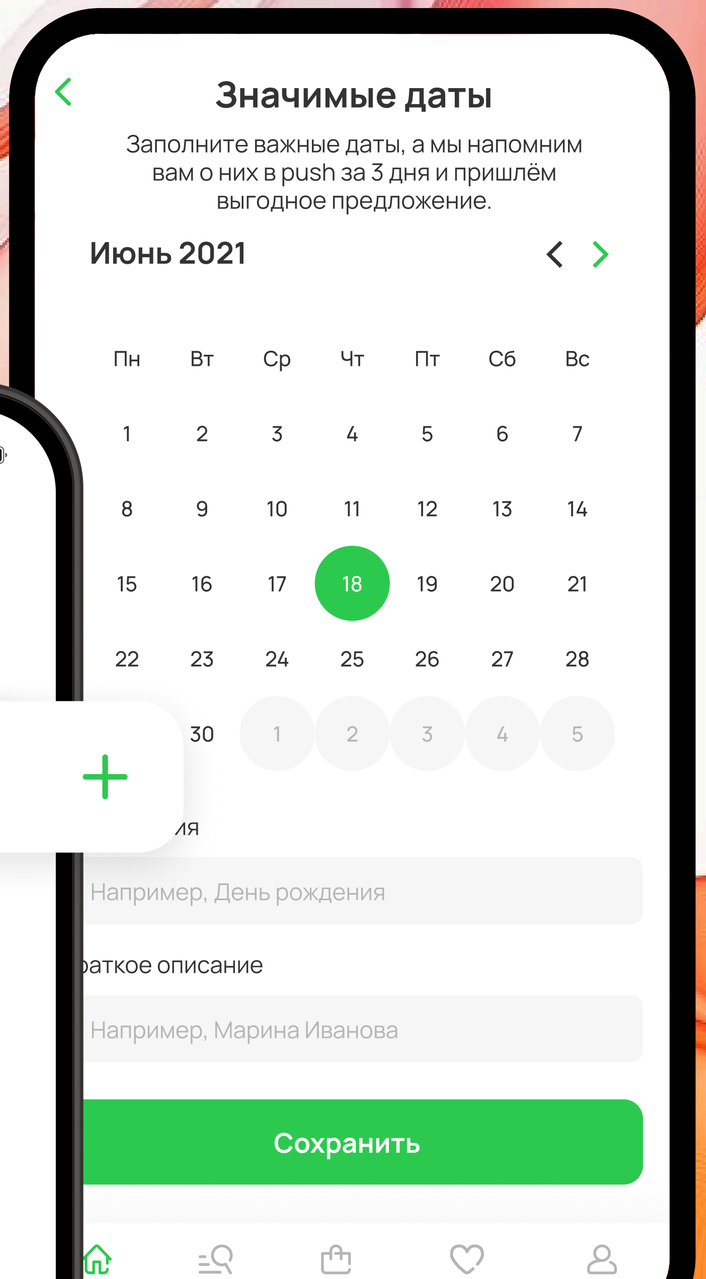


КАЛЕНДАРЬ СОБЫТИЙ



Выберете важные даты
в календаре, а приложение
напомнит Вам о них в push за 3 дня
и пришлёт выгодное предложение.



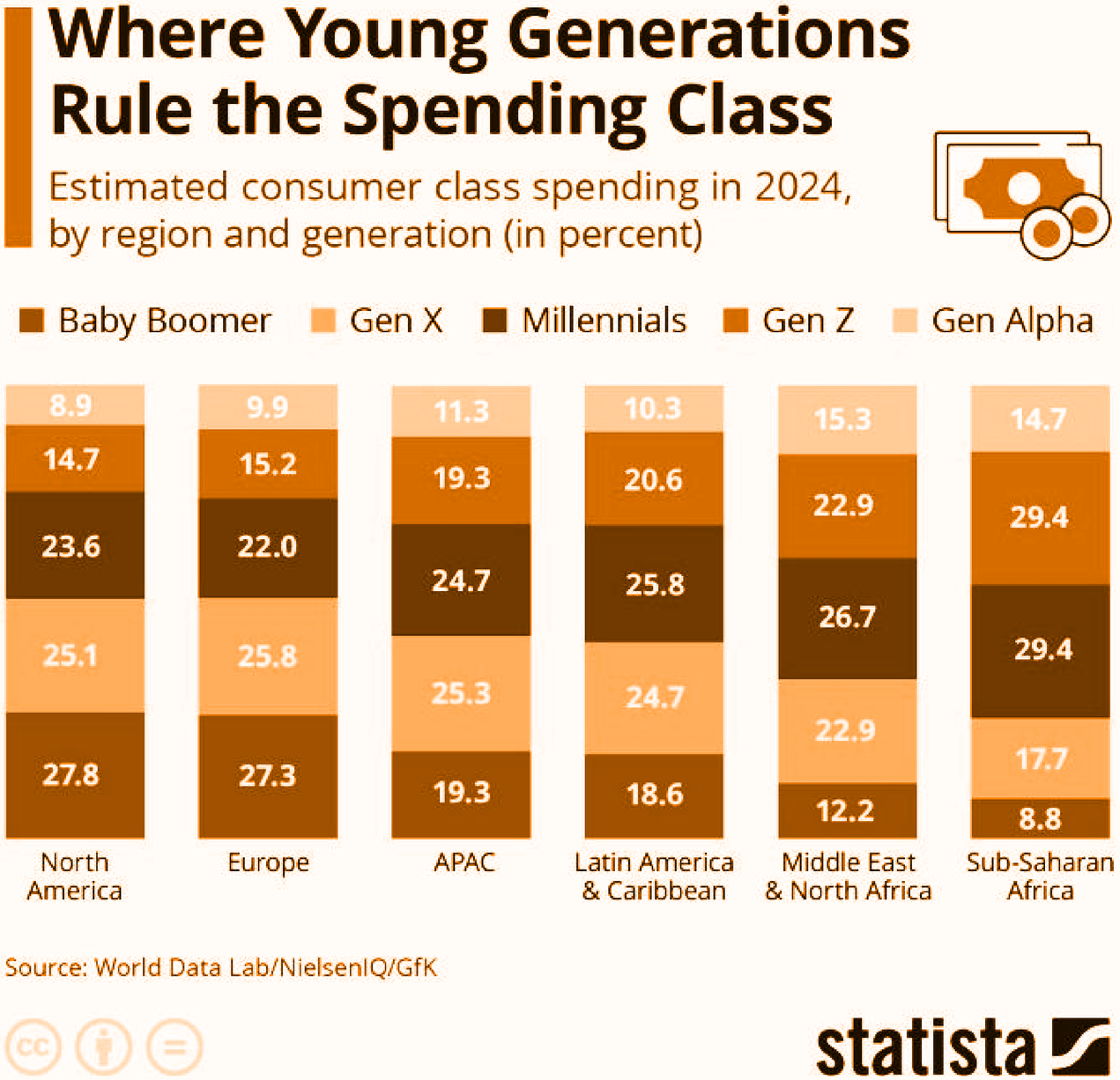


ЗУМЕРЫ

Поколение зумеров составляет примерно **26% населения мира** - больше, чем любое другое поколение.

В то же время они вносят лишь **17% глобальных потребительских расходов** (почти в 3 раза меньше, чем Silver Spenders), поскольку многие из них все еще достигают совершеннолетия.

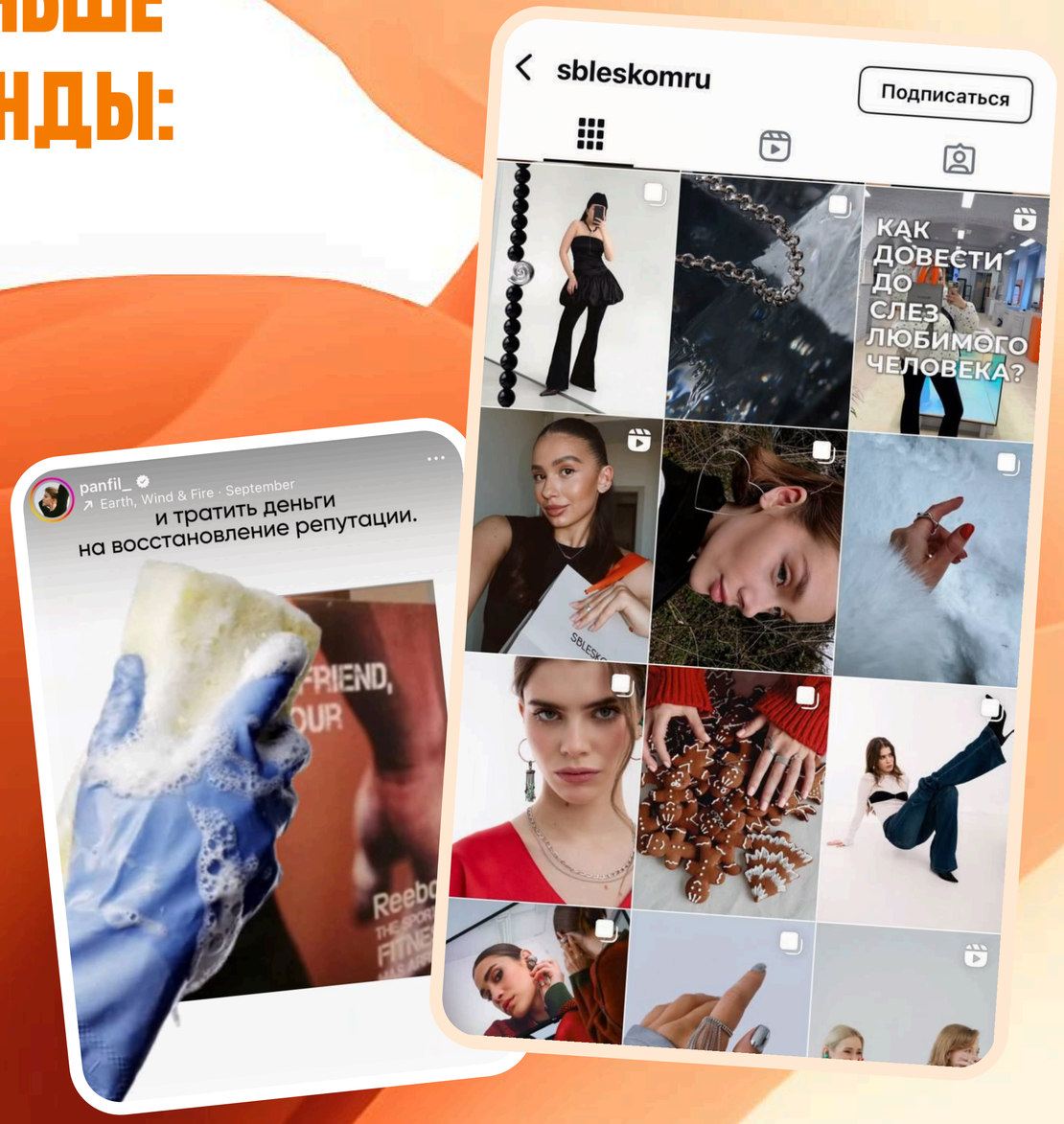
В 2030 году Gen Z все еще будет самым **большим поколением в мире,** и к тому времени их расходы вырастут до 19%.

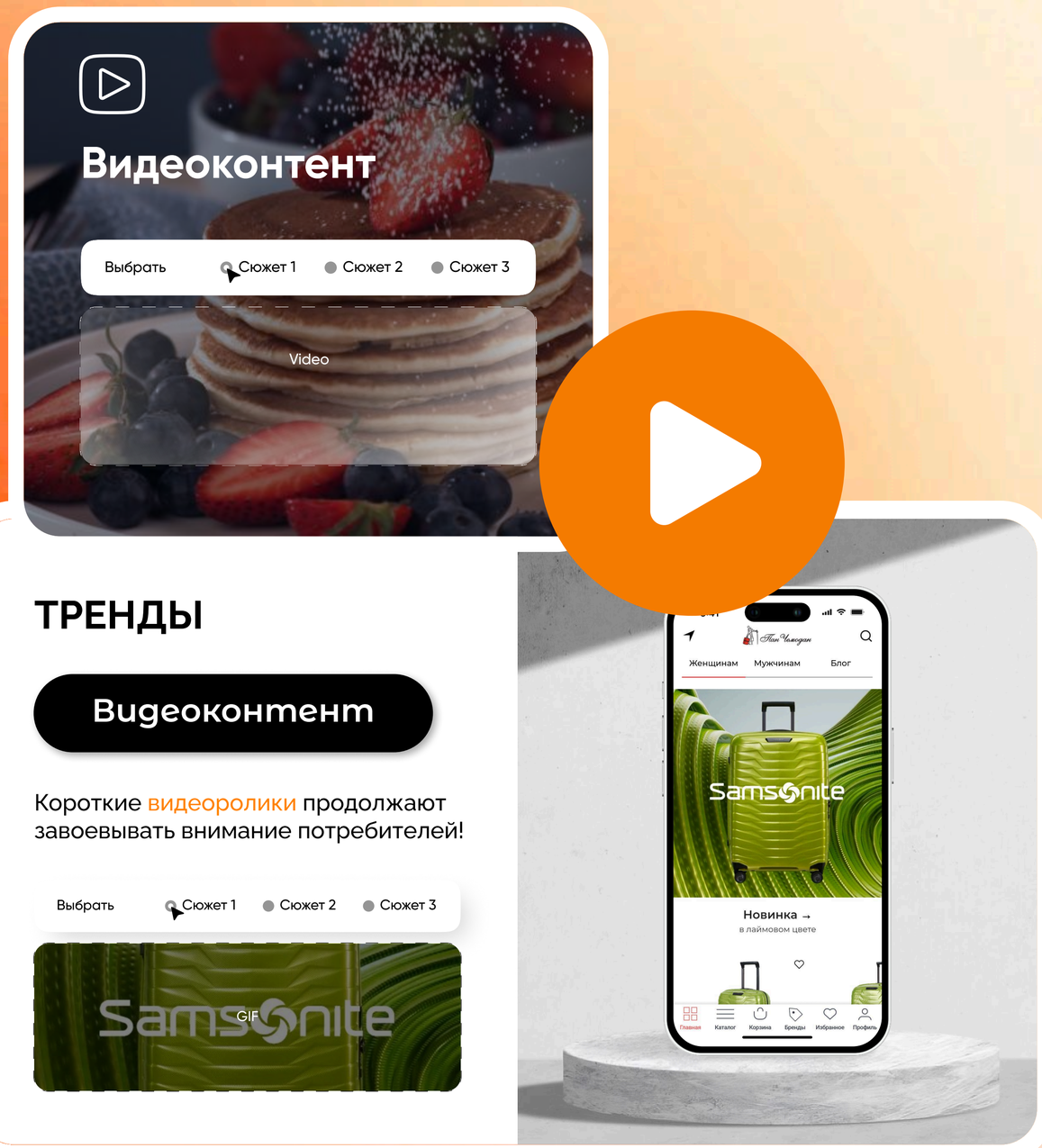


НЕСМОТРЯ НА ТО, ЧТО ЗУМЕРЫ МЕНЬШЕ ТРАТЯТ, ИМЕННО ОНИ ЗАДАЮТ ТРЕНДЫ:

- 41% зумеров предпочитает узнавать новое в социальных сетях с помощью **коротких видео**
- 55,1% совершает покупки по принципу **«купи сейчас, заплати позже»**
- 64% готовы платить больше, чтобы покупать у компаний, к которым они испытывают **лояльность**

В плане потребления доходы зумеров еще не достаточны для больших покупок, поэтому **они придерживаются философии «маленьких радостей в моменте»** и больше других тратят на одежду, косметику, развлечения и еду вне дома.



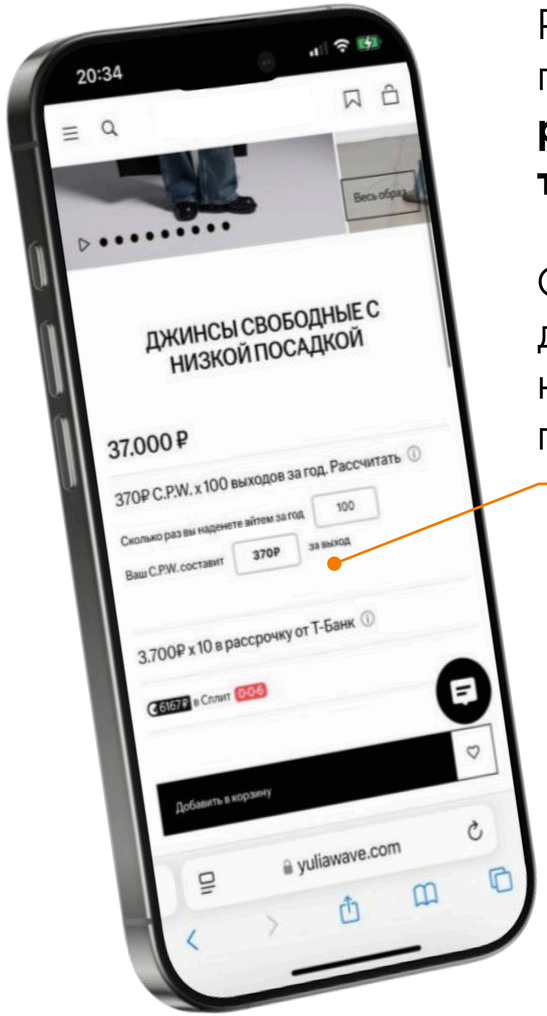


ВИДЕО-КОНТЕНТ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ 3D ИЛИ AR

Внедрение AR и 3D-контента делает процесс покупок **увлекательным и интерактивным.**

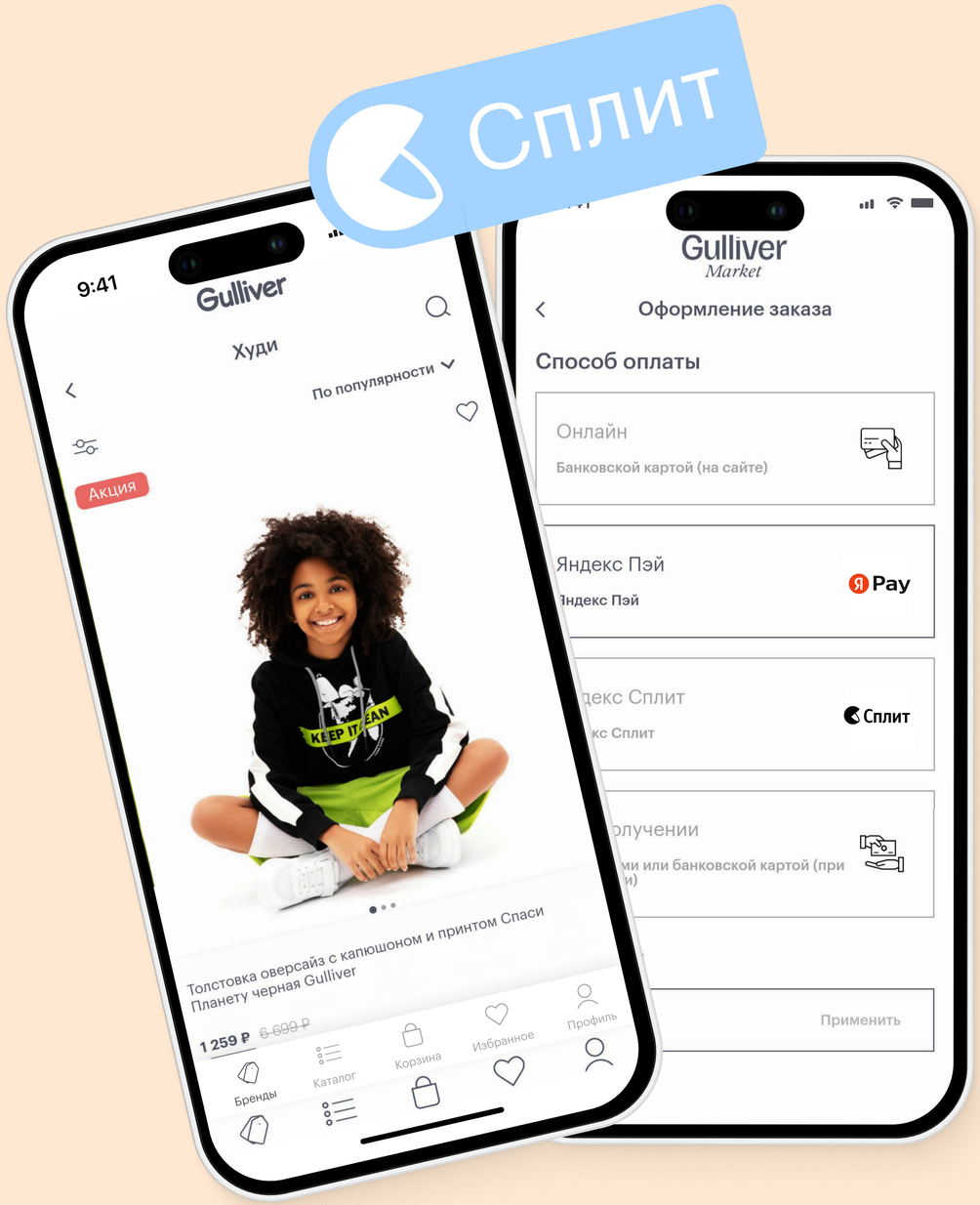
Это приводит к увеличению времени, проведенного пользователями в приложении, а также к более **высокой вероятности совершения покупок.**

РАСЧЕТ СТОИМОСТИ ТОВАРА



Реализуйте в вашем приложении возможность **рассчитать стоимость товара за выход**

Она рассчитывается путем деления общей цены вещи на количество раз, которые планируется её надеть.



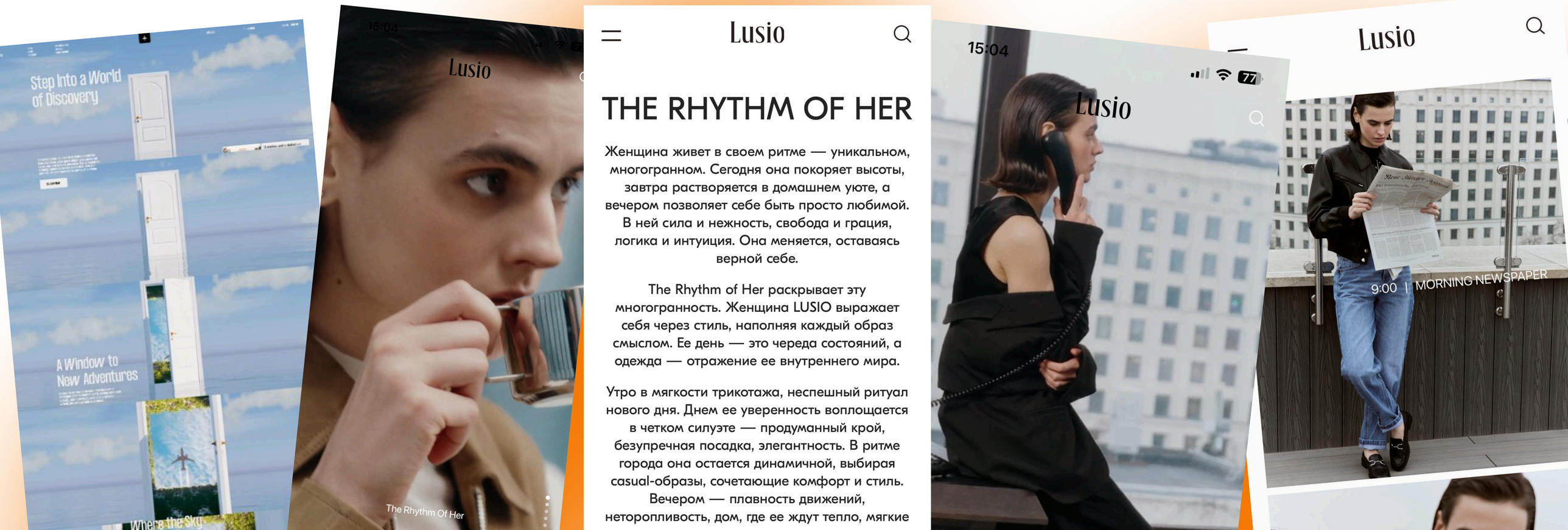
ВИШЛИСТ

Реализуйте в вашем приложении возможность **добавлять товары в “вишлист”,** которым можно делиться со своими друзьями, подписчиками и тд.

Зумеры особенно **любят создавать вишлисты,** тем самым вы закроете еще одну потребность внутри вашей платформы, **повысите лояльность** и создадите повод поделиться вашим приложением.

СКРОЛЛИТЕЛЛИНГ

Скроллителлинг — это сочетание скроллинга и сторителлинга (scroll + storytelling).
То есть пользователь одновременно листает страницу и читает историю.
Это тот же лонгрид, только с прокруткой, сопровождаемой анимацией и динамическим контентом.
Этот приём создаёт глубокое погружение в контекст, при этом историю можно рассказать практически без слов.

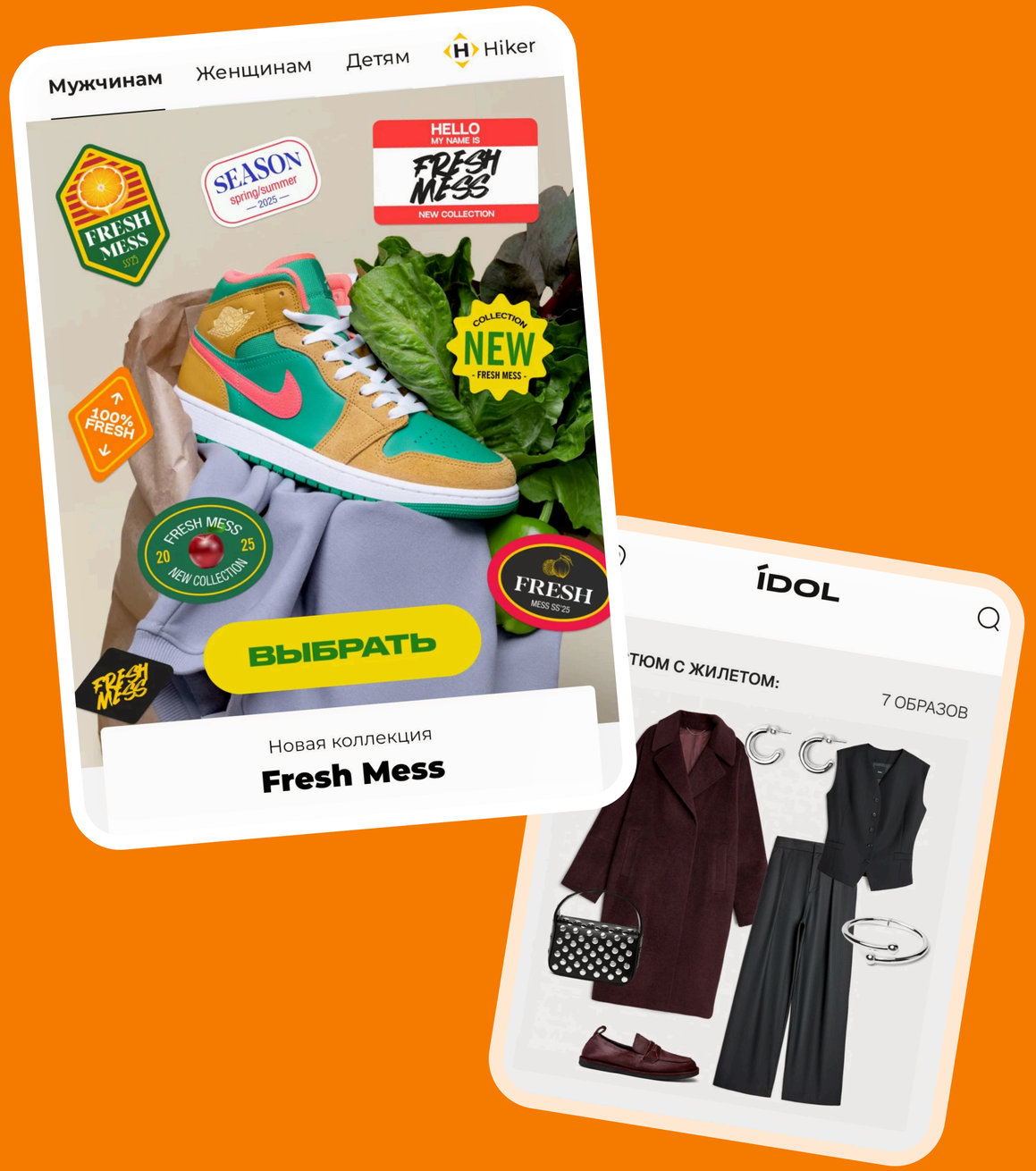


ИНФОГРАФИКА

Инфографика может **оптимизировать пользовательский опыт,** суммируя важную информацию в краткой визуализации.

Например, бренд может использовать инфографику, чтобы проиллюстрировать **преимущества продукта** или сравнить товары, рассказать об актуальных коллекциях и событиях бренда.

Эта ясность помогает пользователям **быстро принимать обоснованные решения,** снижая вероятность отказа от корзины.



СОЗДАНИЕ СООБЩЕСТВ УСИЛИВАЕТ СВЯЗЬ С БРЕНДОМ И ОЩУЩЕНИЕ СОПРИЧАСТНОСТИ, ЧТО СКАЗЫВАЕТСЯ НА ЛОЯЛЬНОСТИ И LTV

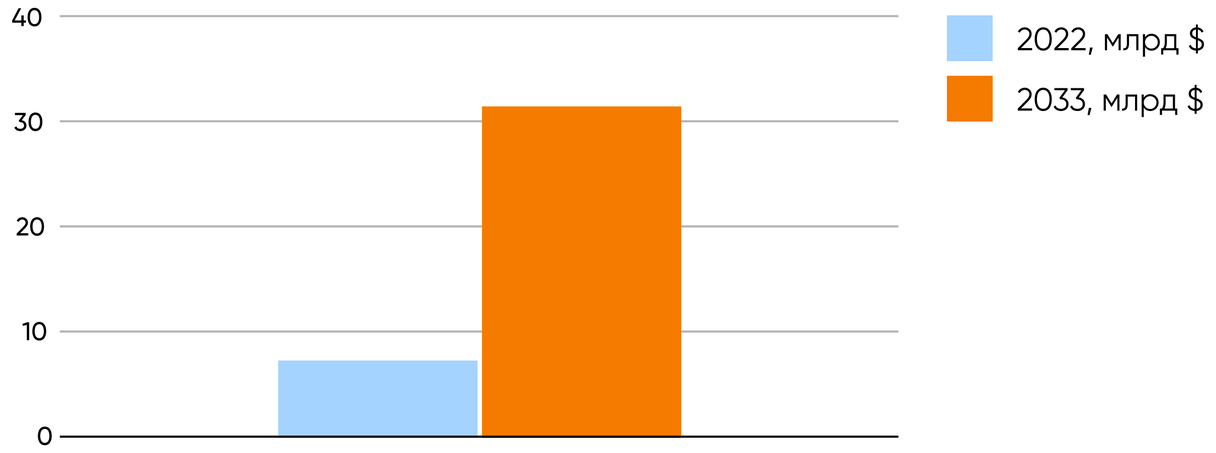
81% потребителей с большей вероятностью выберут бренд с активным комьюнити

Члены бренд-сообществ **в 2 раза чаще** рекомендуют бренд своим знакомым

37% пользователей остаются верными бренду, если они входят в его комьюнити

69% маркетологов инвестируют в развитие комьюнити как приоритетную стратегию

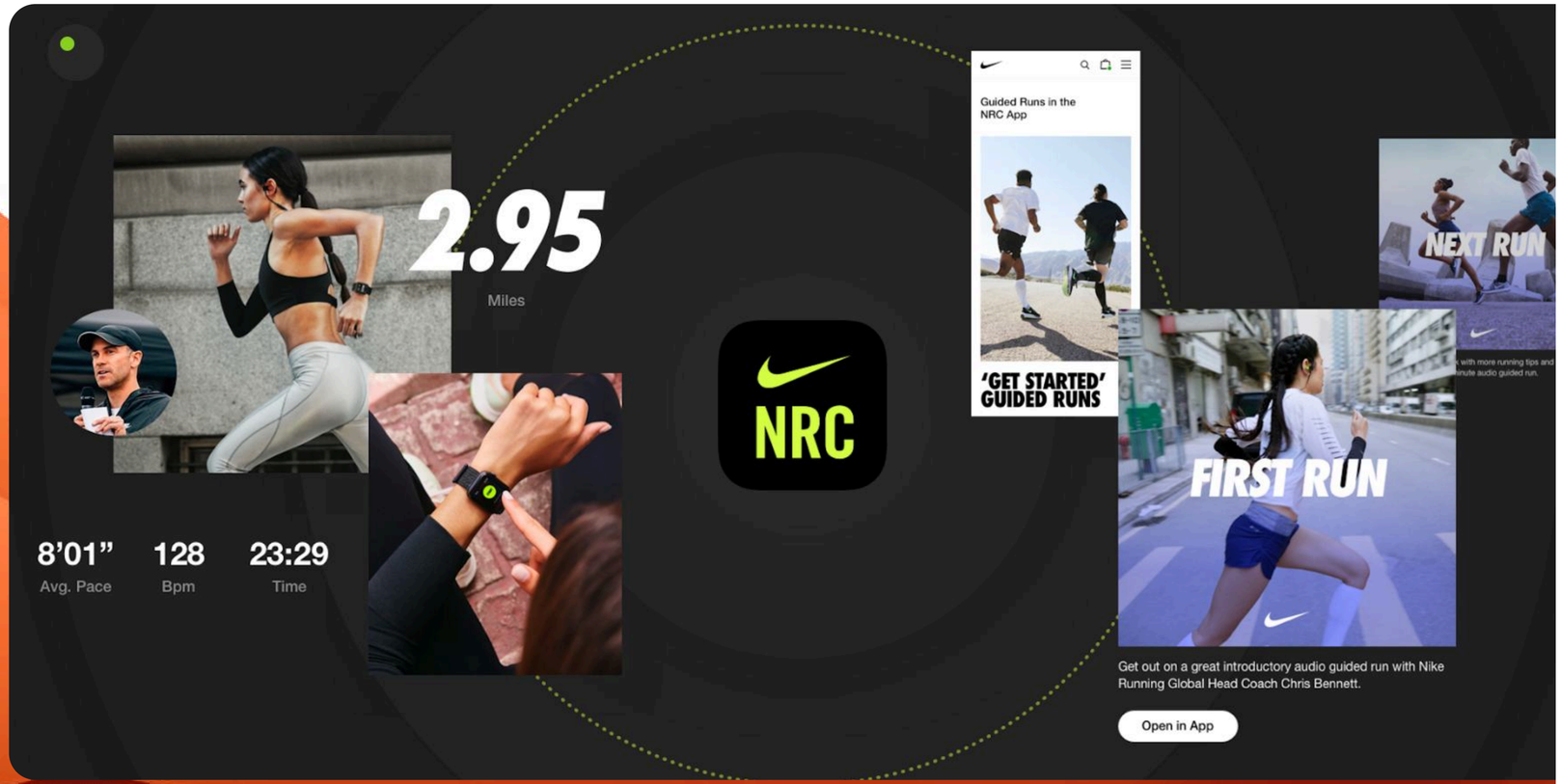
На 66% выше конверсия у брендов с активным комьюнити

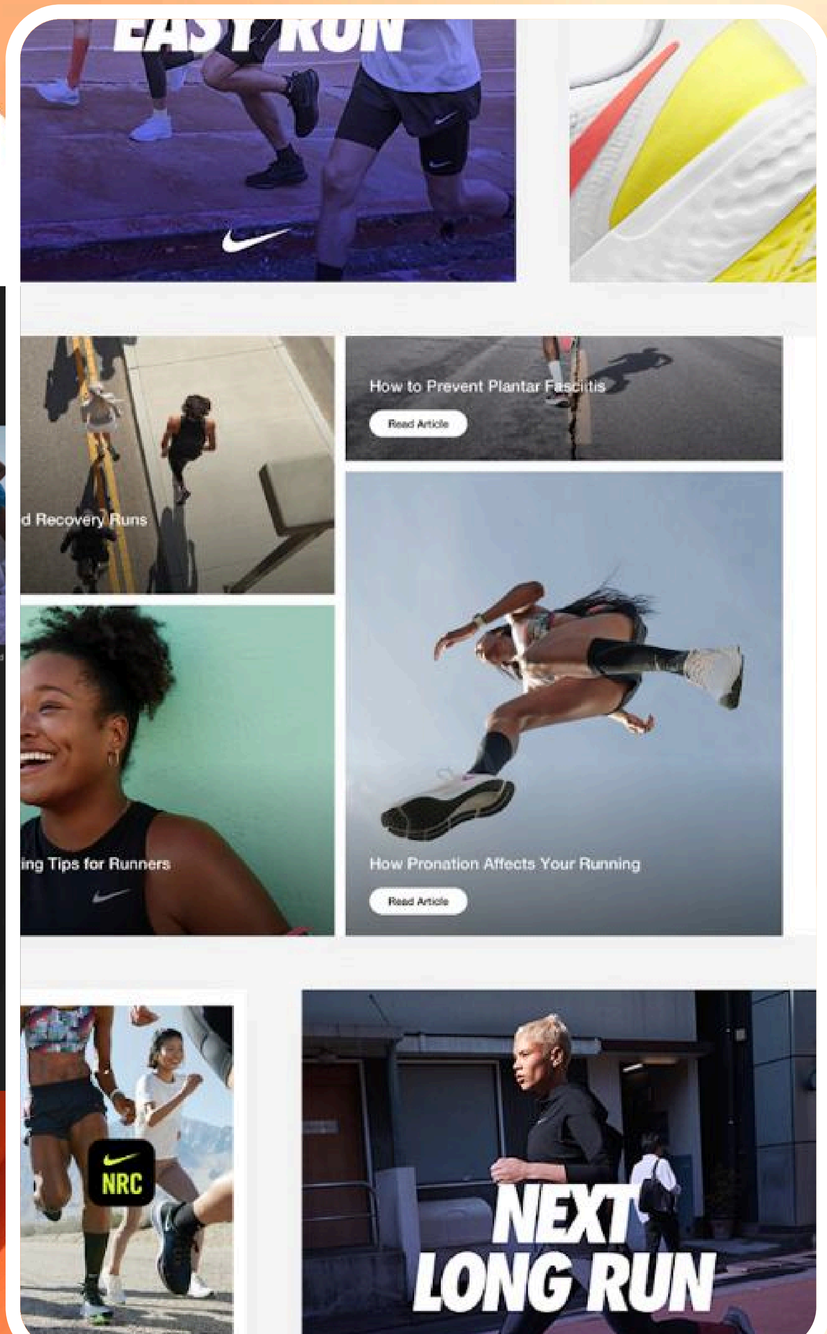


В 2022 году объем рынка, то есть реальные продажи товаров и услуг с помощью онлайн-сообществ оценивался в **$7,3 млрд.** Эксперты ожидают, что его размер будет расти в среднем на 14,2% ежегодно и к 2033 году достигнет **$31,1 млрд.**

Источники: Persistence Market Research, Forrester Research, CMX, HubSpot State of Marketing Report, отчет Sprout Social, The Community Roundtable.

КАК NIKE С ПОМОЩЬЮ ОДНОЙ ФИШКИ ОБЪЕДИНИЛ ДЕСЯТКИ ТЫСЯЧ ЛЮДЕЙ?





ПОДУМАЙТЕ О ТОМ, ЧТО ОБЪЕДИНЯЕТ ВАШИХ КЛИЕНТОВ

СООБЩЕСТВО ВНУТРИ ПРИЛОЖЕНИЯ

01

Общение в чатах делает приложение интерактивным, поэтому пользователи чаще начинают **взаимодействовать с контентом.**

02

Пользователи могут делиться **объективными впечатлениями** о товарах, что помогает другим уверенно принимать решения о покупке

03

Чувство принадлежности к сообществу формирует **лояльность к бренду**, так как пользователи ощущают себя частью чего-то большего.

ИДЕИ ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ СООБЩЕСТВА ВНУТРИ ПРИЛОЖЕНИЯ:

Реализуйте **онлайн чат** в вашем приложении, где клиенты смогут обмениваться отзывами о товарах, делиться фото и видео контентом, заводить друзей по бренду.

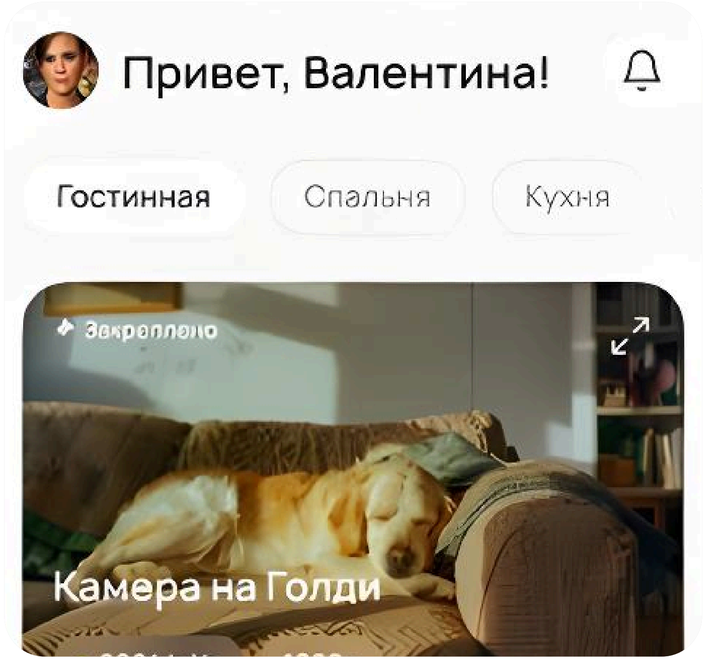
Пополняйте товары **отзывами** в реальном времени

Используйте ваших клиентов как **микроинфлюенсеров**, показывая их значимость: размещайте лучший контент от клиентов на главной странице (образы, фото мебели в интерьере, техники и тд)

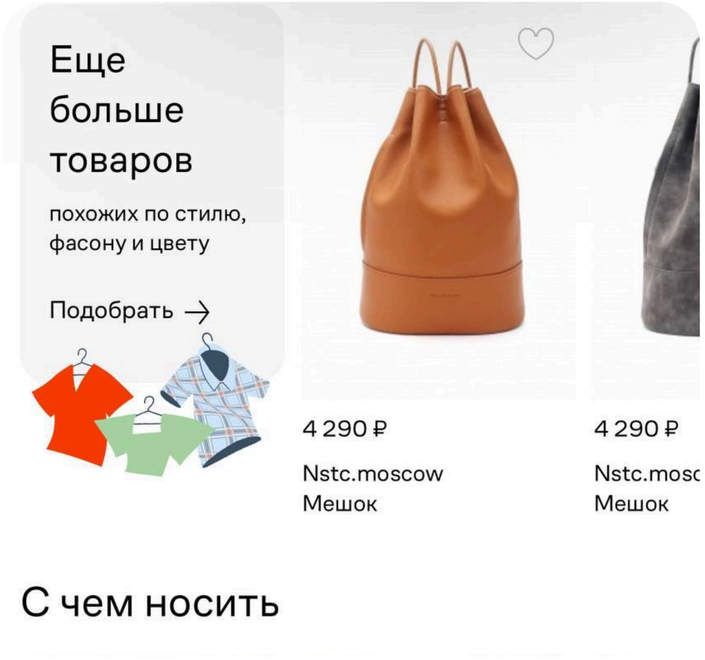
Формируйте различные **группы по интересам,** предлагая им соответствующие подборки товаров, акции и предложения

ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ С ПОМОЩЬЮ ИИ

01 **Именное приветствие** в приложении



02 Рекомендации товаров **на основе предпочтений**

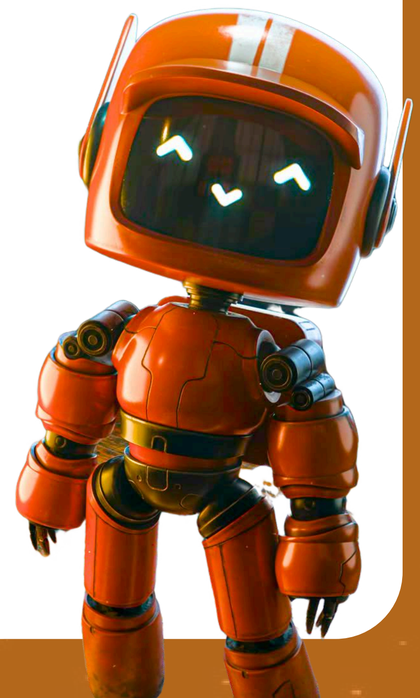


03 **Адаптивный** контент

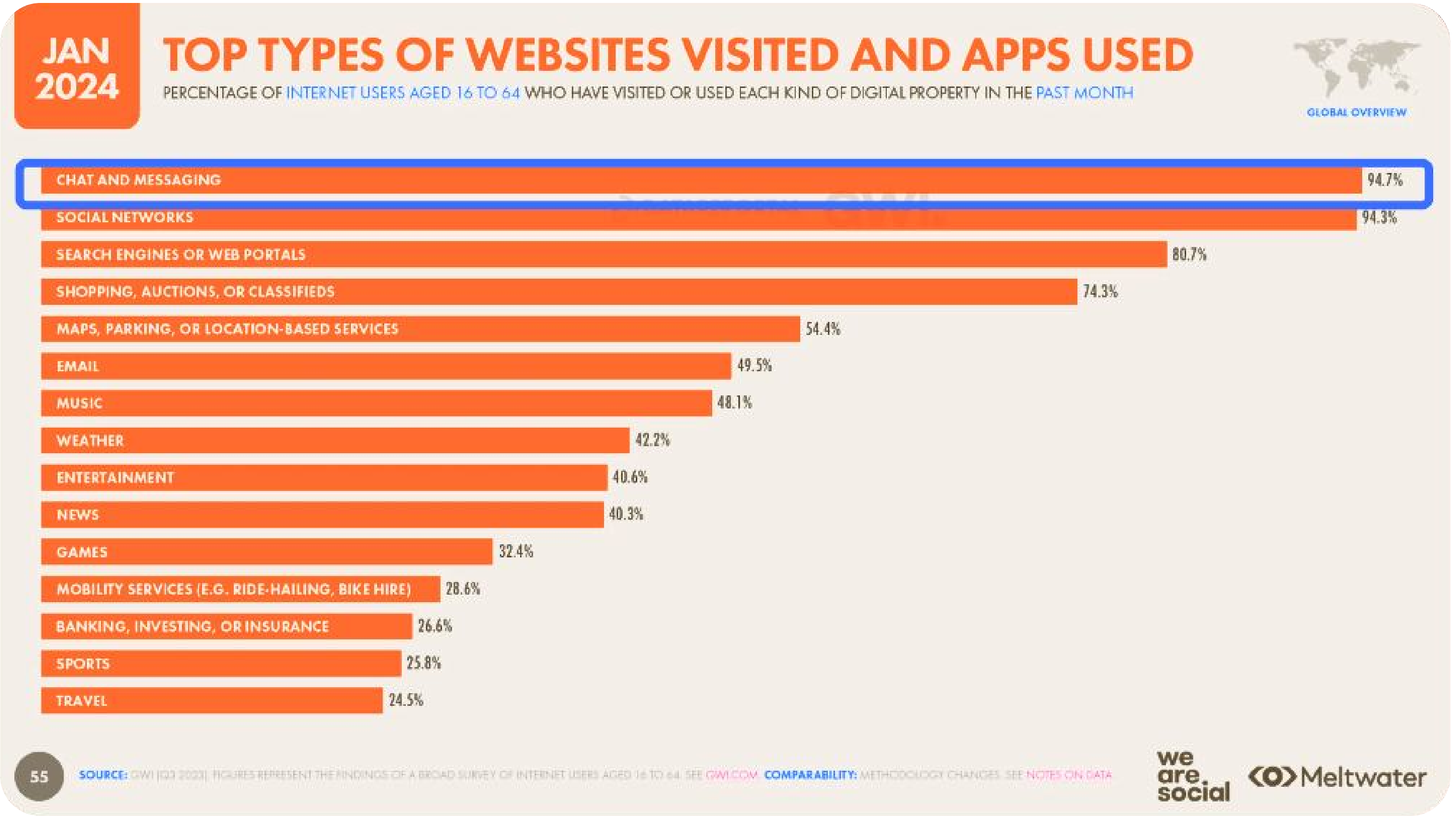
Это может включать в себя **персонализированные сообщения, акции и специальные предложения**, которые указаны на главной странице приложения в зависимости от предпочтений клиента

ВИРТУАЛЬНЫЙ AI ДРУГ В ПРИЛОЖЕНИИ

AI-помощник в мобильном приложении электронной коммерции — это ваш виртуальный **супер-сотрудник, который работает 24/7**, знает каждого клиента в лицо, автоматизирует рутину, анализирует данные и помогает вашим клиентам принимать решения.

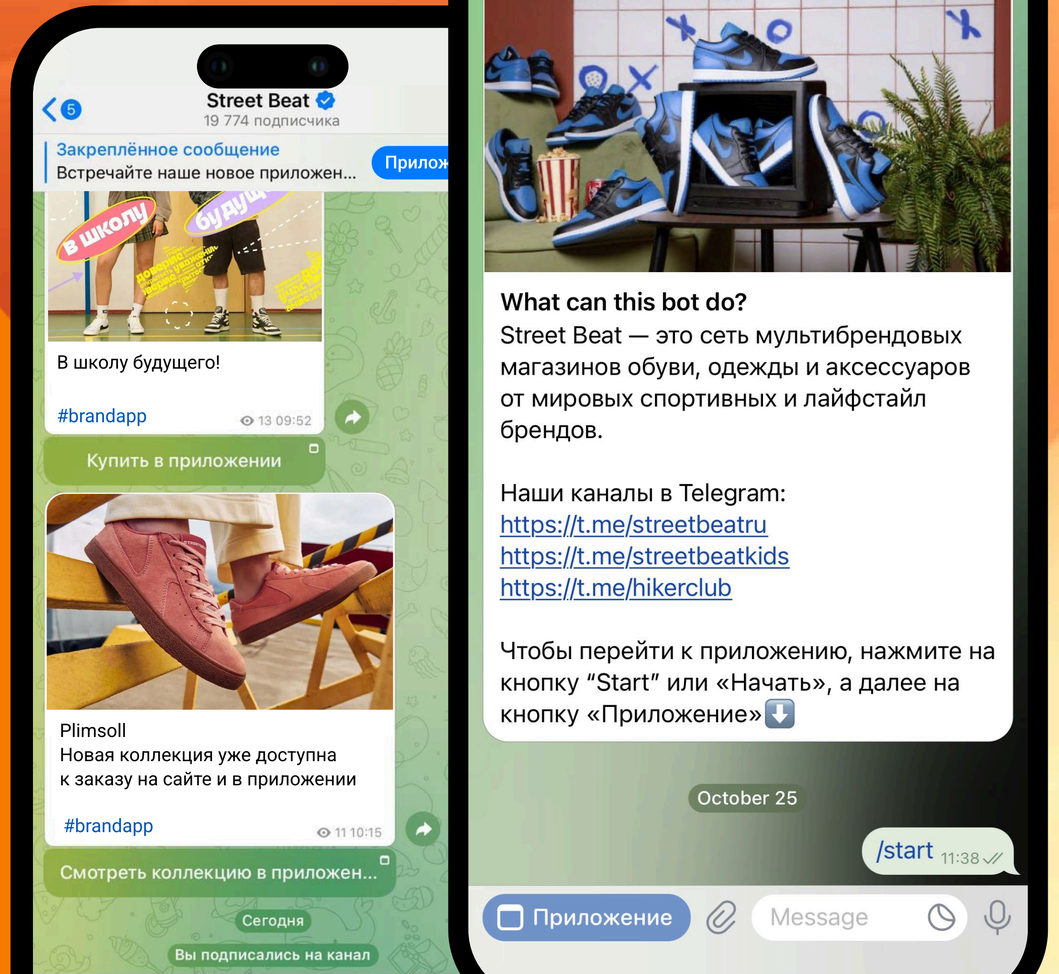


МЕССЕНДЖЕРЫ-ОЧЕНЬ ВАЖНЫЙ КАНАЛ ДЛЯ БИЗНЕСА



ПРИЛОЖЕНИЕ В TELEGRAM

Мы превратим ваш канал коммуникации с клиентами в инструмент для продаж
Закройте все потребности клиента в одном окне, сократив путь до покупки



ЕДИНАЯ КОДОВАЯ БАЗА
ПРЕИМУЩЕСТВА ЕДИНОЙ КОДОВОЙ БАЗЫ НА FLUTTER:

01

УСКОРЕНИЕ ВЫХОДА НА РЫНОК

Готовые виджеты и Hot Reload позволяют быстро создавать и тестировать приложения, ускоряя процесс разработки.

02

ЕДИНЫЙ ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИЙ ОПЫТ

Согласованный интерфейс на всех платформах повышает удобство использования и укрепляет имидж бренда.

03

УПРОЩЕНИЕ ПОДДЕРЖКИ И ОБНОВЛЕНИЙ

Меньше ресурсов на поддержку, благодаря изменениям в одном месте, что снижает затраты на техническую поддержку.

Мария Чуйко

Бренд-директор
компании

FITTIN

Интересное
о трендах

trendsecom

Мария
Чуйко

@vupsm

8-800-444-11-27

fittin.ru