

کلیدهایی برای موفقیت در تولید اپلیکیشن موبایل



به گزارش وسنا (وبسایت خبری تخصصی سرویس‌های ارزش افزوده)، «بومی بودن» و «محتوای با ترجمه مناسب» دو کلید کشف اپلیکیشن‌های تلفن همراه توسط مصرف‌کنندگان هستند. هشتاد و هفت درصد از ده اپلیکیشن برتر در تمامی ۲۱ دسته مختلف فروشگاه نرم‌افزاری اپل ژاپن در ماه فوریه، نرم‌افزارهای به زبان ژاپنی بودند. این آمار برای آلمان ۸۳ درصد و برای فرانسه ۸۲ بوده است. در برخی دیگر از بازارها نیز بیش از چهار پنجم اپ‌های برتر به زبان‌های محلی بوده‌اند. در چین، نرم‌افزارهای به زبان چینی ۷۶ درصد اپ‌های برتر را تشکیل می‌دادند، که بیش از نیمی از آن‌ها به طور خاص برای بازار محلی تهیه شده بود.

آپو مارکانن (Aapo Markkanen) تحلیل‌گر ارشد ABI Research می‌گوید: «یافته‌های ما تایید می‌کنند که اپ‌هایی که مطابق با فرهنگ محلی هستند و یا لاقبل به زبان محلی جامعه صحبت می‌کنند، شاهد بهبود قابل توجهی در رده‌بندی تعداد دانلودها هستند. این یعنی اینکه تولیدکنندگان بومی همیشه در جذب ذهن و قلب مخاطبان مزیت دارند. و همچنین اینکه تولیدکنندگان بزرگی که آرزوهای جهانی دارند، اگر محتوا را به درستی بومی نکنند، باید خطر مغفول ماندن تولیدات گران قیمتشان را به جان بخرند.»

البته، طراحی اپلیکیشن تنها و تنها بر اساس نیاز مصرف‌کننده معمولاً ناکافی است. تولیدکنندگانی که می‌خواهند شناخته شوند باید تصور کنند و توجه کنند که سازندگان دستگاه‌هایی که اپ‌ها را پخش می‌کنند، علاقه‌مند هستند چه چیزی را در مورد تولیداتشان بیشتر به نمایش بگذارند.

دان شی (Dan Shey)، مدیر شرکت، فن‌آوری‌هایی را بر می‌شمرد که اگر هوشمندانه به کار روند، می‌توانند امسال برای تولیدکنندگان سودآور باشند: «بسیاری از گوشی‌های آتی اندروید از NFC پشتیبانی خواهند کرد، بنابراین انتظار داریم که گوگل و شرکای OEM آن موج نخست اپ‌های مبتنی بر NFC را قویاً ترویج کنند. اپل هم‌اکنون به اپ‌هایی که از صفحه رتینای آپید بهره می‌برند، فرصت بیشتری را برای دیده شدن می‌دهد و عنصر مورد علاقه‌ی بعدی‌اش، وقتی API مربوط به Siri راه‌اندازی شود، احتمالاً بازشناسی گفتار است. نقطه توجه مایکروسافت احتمالاً کاشی‌های زنده است، در حالی که RIM می‌خواهد تا تولیدکنندگان، مسنجر BlackBerry را در درون اپ‌های خود قرار دهند.»