

1

РОСТ

ПОЕЗДИВ В МЕТРО, побродив по торговому центру, понаблюдав за старшеклассниками, вы наверняка заметите новую эволюционную тенденцию в облике и поведении человеческой расы. Практически повсюду встречаются люди с маленькими светящимися экранами, буквально приросшими к ладоням! Слава богу, это не какая-то генетическая мутация — просто все они держат в руках мобильные устройства.

Если вам не известны последние статистические данные, кратко введу вас в курс дела: рынок мобильных устройств расстет сумасшедшими темпами. (Да, я знаю, что это не научный термин.) Аналитики давно предсказывали, что мобильные устройства станут «новой великой идеей», и эти прогнозы начинают сбываться. Чтобы понять всю масштабность изменений, давайте все-таки обратимся к статистике.

- Предполагалось, что по объемам рынка смартфоны превзойдут ноутбуки и стационарные ПК в 2012 году.

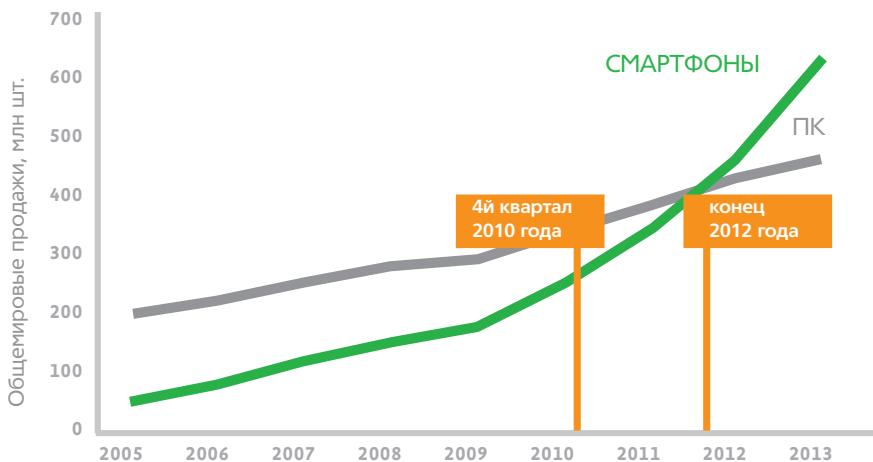


Рис. 1.1. По общемировым продажам смартфоны обогнали компьютеры на два года раньше, чем предполагалось

На самом деле это случилось уже в последнем квартале 2010 года (рис. 1.1) — на два года раньше!

- Это означает, что все больше людей будут выходить в Сеть с мобильных устройств, а не со стационарных ПК и ноутбуков. Признаки таких изменений уже заметны. В 2010 году в США количество домашних пользователей персональных компьютеров снизилось на 20% по сравнению с 2008 годом. Почему? Мы проводим все больше времени в Сети, применяя для этого смартфоны и планшеты (<http://bkaprt.com/mf/5>).
- Вот еще одно доказательство: в ноябре 2010 года общее число посетителей, проверяющих свою почту на почтовых серверах, сократилось на 6%, при этом тех, кто получал доступ к электронной почте через мобильные устройства, стало на 36% больше (<http://bkaprt.com/mf/6>).
- Трафик на мобильных сайтах в 2010 году вырос на 600% по сравнению с уровнем предыдущего года (<http://bkaprt.com/mf/7>).

- И все это лишь начало. Если в 2009 году доступом к мобильному Интернету пользовались полмиллиарда человек, то к 2013 году эта цифра вырастет до миллиарда (<http://bkaprt.com/mf/8>; <http://bkaprt.com/mf/9>, PDF).

Дело не только в том, что с каждым днем через мобильные сети прокачиваются все большие объемы информации. Использование мобильных технологий для электронной торговли, поиска информации, общения через социальные сети и многих других целей ведет к развитию связанного с ними бизнеса.

На мобильных технологиях уже можно зарабатывать деньги!

- Через систему PayPal ежедневно проходят мобильные платежи на сумму до 10 миллионов долларов (<http://bkaprt.com/mf/11>).
- Общемировой объем продаж eBay через мобильные устройства составил в 2010 году около 2 миллиардов долларов (<http://bkaprt.com/mf/12>).
- В третьем квартале 2010 года мобильный поисковый трафик Google вырос на 130% (<http://bkaprt.com/mf/13>).
- Не менее 50% общего числа пользователей Pandora подписываются на услуги через мобильные устройства (<http://bkaprt.com/mf/12>).

И если вам кажется, что к вашему сайту или приложению это не имеет никакого отношения, то знайте: обычный владелец смартфона ежедневно посещает до 24 веб-ресурсов, а 40% всех визитов на половину наиболее посещаемых мировых сайтов осуществляется с мобильных устройств (<http://bkaprt.com/mf/14>). Это означает, что в ближайшее время кто-то попытается при помощи мобильного устройства зайти и на ваш сайт.

Но, честно говоря, и без статистики понятно, что использование мобильных услуг растет потрясающе высокими темпами. Достаточно просто оглядеться по сторонам: видите, сколько людей уставились в эти небольшие экраны? Мобильная связь уже повсюду.

ТАК ЧТО ЖЕ ИЗМЕНИЛОСЬ?

Чтобы происходящее стало понятнее, расскажу вам историю, которая началась в 2006 году. Если вы уже забыли, какой была жизнь в те далекие дни, позвольте заново представить вам Motorola Z3 — модель телефона, заменившую чрезвычайно успешный Motorola RAZR (рис. 1.2).

В 2006 году модель Z3 считалась в США самой продвинутой. Этот телефон давал возможность отправлять SMS и сообщения электронной почты. Он имел двухмегапиксельную камеру, музыкальный плеер, цветной экран, а также веб-браузер с поддержкой WAP 2.0/XHTML. Телефон работал с высокоскоростным протоколом EDGE. Увы, ощущения от использования веба на Z3 были, мягко говоря, отвратительными.

Насколько плохо обстояли дела? С момента открытия окна браузера до загрузки веб-страницы, состоявшей всего из пары ссылок, проходило почти две минуты (<http://bkaprt.com/mf/15>). В мире, где время отклика большинства сайтов измерялось

Рис. 1.2. В 2006 году Motorola Z3 считалась настоящим шедевром технической мысли

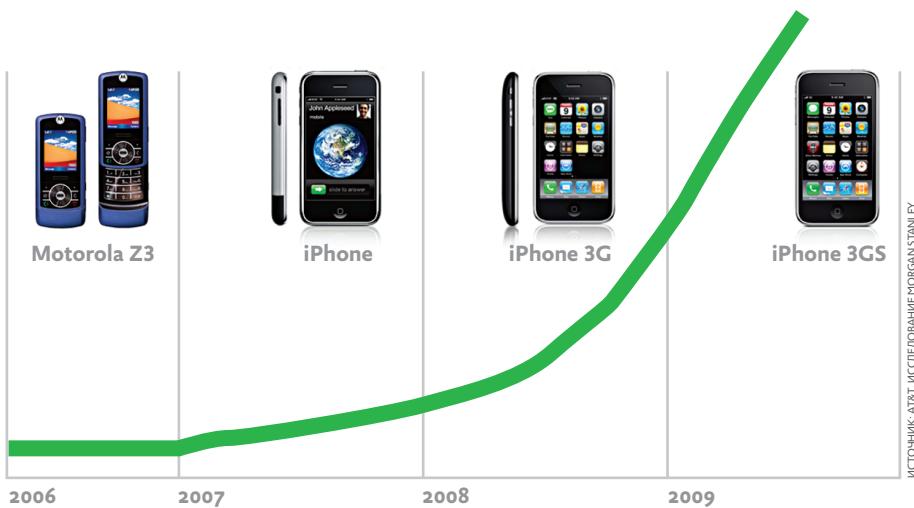


долгими секундами, такое ожидание было невообразимо мучительным. Но проблема заключалась не только в этом. Писать текст, перебирая символы на цифровой клавиатуре, было жутко неудобно, и тут не помогала даже функция автозавершения текста T9 (<http://bkaprt.com/mf/16>).

Всего лишь год спустя произошло событие, полностью изменившее мир. 29 июня 2007 года Стив Джобс поднялся на сцену и представил аудитории первый iPhone. Даже не самые большие поклонники Apple признают, что это устройство имело невероятное влияние на развитие мобильного Интернета. iPhone оказался первым мобильным телефоном, на котором просмотр веб-страниц был не мучением, а, напротив, приятным занятием. Анализ данных мобильного трафика через каналы AT&T с 2006 по 2009 год (то есть за период, когда компания была эксклюзивным оператором iPhone в США) позволяет четко увидеть картину происходившего (рис. 1.3).

За это время мобильный трафик AT&T вырос на 4932% (<http://bkaprt.com/mf/9>; PDF) — неудивительно, что у ее клиентов

Рис. 1.3. Все необходимые детали, связанные с невероятным ростом мобильного трафика AT&T



постоянно возникали проблемы с доступом! Различие между устройством, не предназначенным для быстрого передвижения по Сети, и устройством, отлично выполняющим эту функцию, играет очень важную роль. В сущности, в 2009 году каждый iPhone создавал столько же мобильного трафика, сколько 30 обычных телефонов (<http://bkaprt.com/mf/17>). Разумеется, немалое значение имело и то, что плата за пользование услугами iPhone не зависела от объема трафика.

Однако мобильный трафик растет не только потому, что появляются все более совершенные устройства — они становятся еще и дешевле. Люди, которые раньше не могли позволить себе обычный компьютер, теперь получили возможность выходить в Интернет благодаря недорогому мобильному устройству и доступному тарифному плану.

Плюс к этому расширяются зоны покрытия, и неуклонно увеличивается скорость работы мобильных сетей. Только за 2010 год скорость передачи данных возросла в два раза. В результате вдвое увеличился и объем проходящей через смартфоны информации. В ближайшее время эта тенденция вряд ли изменится: по прогнозам, глобальный объем мобильных данных за период с 2010 по 2015 год вырастет еще в 26 раз (<http://bkaprt.com/mf/17>)!

Новые возможности открываются все быстрее.

НЕ ВСЕ УСТРОЙСТВА СОЗДАНЫ РАВНЫМИ

Однако прежде чем погрузиться в сладостные грезы о новых перспективах и возможностях, давайте еще раз окинем взором действительность. Во-первых, показатели мобильного трафика включают не только данные, поступающие из Сети. Во-вторых, до сих пор основная масса мобильных устройств — это обычные телефоны с фиксированным набором функций, или фичафоны²,

² Термином «фичафон» (feature phones) обычно обозначают устройства низшего в сравнении со смартфонами ценового диапазона и с меньшим набором функций. Первоначально фичафонами называли телефоны, которые имели

которые, естественно, ограничивают и объемы работы в Сети.

О каких именно различиях между устройствами идет речь?

- Если говорить о владельцах смартфонов, то 35% из них ежедневно пользуются мобильным Интернетом. Среди пользователей фичафонов этот показатель составляет всего 4%.
- Не менее 31% владельцев смартфонов заходят в социальные сети через браузер мобильного устройства. Для владельцев фичафонов этот показатель составляет всего 7%.
- Не менее 70% владельцев смартфонов проверяют электронную почту на своих мобильных устройствах. Для владельцев фичафонов этот показатель составляет всего 12%.

Так обстояли дела в 2009 году. Кроме того, эти данные включают в себя «псевдомарштфоны» с неудобными веб-браузерами (<http://bkaprt.com/mf/18>). Так что есть все основания полагать, что на данный момент разрыв стал еще заметнее.

Если вы заинтересованы в том, чтобы доступ к вашему контенту мог иметь любой пользователь мобильной сети, вам необходимо найти решение, учитывающее особенности устройств и интересы владельцев как фичафонов, так и смартфонов и разного рода промежуточных вариантов. И все же в этой книге я буду в основном говорить о дизайне для смартфонов. И вовсе не потому, что Google платит мне процент с каждого проданного телефона с Android, а вот почему:

- Смартфоны отвечают за непропорционально высокий объем трафика как при работе в Сети, так и при передаче данных. По данным компании Cisco, смартфоны составляют лишь 13% используемых в мире мобильных устройств, однако на их долю приходится 78% общего трафика (<http://bkaprt.com/mf/19>; PDF).

больший набор функций, нежели традиционные мобильные телефоны. Современные модели могут иметь тачскрин, использоваться для GPS-навигации, подключения к Wi-Fi и мобильному Интернету. Здесь и далее прим. ред.

- Число владельцев смартфонов увеличивается все более быстрыми темпами. В третьем квартале 2010 года их продажи выросли на 96% по сравнению с аналогичным показателем предыдущего года. Доля владельцев смартфонов в общем числе пользователей день ото дня увеличивается (<http://bkaprt.com/20>).
- Смартфоны становятся все более доступными. Устройство, прежде стоившее несколько сотен долларов, сегодня можно купить менее чем за сотню. Рынок подобных устройств поистине огромен.
- Так что есть все основания полагать, что современные смартфоны завтра будут восприниматься как вполне заурядные мобильные телефоны — других просто не останется.

И по этим, и по ряду других причин смартфоны представляют для многих компаний великолепную возможность вовлечь клиентов в близкие и длительные отношения. Разумеется, это не повод забывать и о множестве возможностей, предоставляемых обычными мобильными телефонами. Например, об SMS-услугах или специальных мобильных браузерах типа Opera Mini (которые значительно упрощают работу в Сети для устаревших моделей телефонов).

Однако перспективы мобильной отрасли все-таки связаны со смартфонами, поэтому мы будем говорить в основном о них.

Стоит отметить, что не все устройства, именующиеся «смартфонами», предоставляют равные возможности и одинаково удобны в использовании. В начале 2010 года трафик данных через iPhone более чем в четыре раза превышал объем трафика с телефонов на других платформах. Однако ближе к концу года для iPhone этот показатель был всего в 1,75 раза больше, чем для устройств на базе Google Android (<http://bkaprt.com/mf/17>).

Показатели использования сетевых ресурсов могут значительно меняться даже в рамках одной платформы. После того

как компания Research in Motion (RIM) представила более удобный веб-браузер, интегрированный в смартфон Storm, мобильный трафик RIM в сети Verizon увеличился на 16% (<http://bkaprt.com/mf/21>). У смартфонов Blackberry, выпускаемых RIM сегодня, браузер еще лучше, поэтому можно ждать дальнейшего роста этих показателей.

Подобные примеры указывают не только на связь между удобством мобильного устройства и интенсивностью его использования, но и на исключительно высокий темп инноваций в этой сфере. В результате перед нами открываются невиданные перспективы.

Вместе с новыми возможностями появляются и новые способы взаимодействия с Сетью и людьми, использования информации и получения цифровых услуг. Мы еще будем говорить об этом, но пока я хочу подчеркнуть, что наличие хороших устройств и высокой скорости передачи данных могут привести не только к росту трафика — они открывают для веб-дизайнеров новое окно возможностей.

Достаточно посмотреть на сайт для поиска услуг на местном рынке Yelp. Мобильными версиями этого сервиса пользуются лишь 7% общей аудитории, но это 35% всех поисковых запросов. Каждые две секунды обладатели мобильных устройств запрашивают через Yelp информацию, касающуюся деятельности местных компаний, или узнают, как проехать к нужной цели (<http://bkaprt.com/mf/22>). Пока клиенты не начали использовать мобильные устройства, сервис Yelp вообще не предоставлял информацию такого рода.

Другой пример — онлайн-каталог недвижимости Zillow. Его клиенты обращаются к базе сервиса с мобильных устройств на 45% чаще, чем с обычных компьютеров. (<http://bkaprt.com/mf/23>). Большинство из них — активные покупатели, которые изучают предложения, существующие в непосредственной близости от их текущего местоположения; это совершенно новая аудитория, с которой компания смогла взаимодействовать только с появлением мобильного Интернета.

А КАК НАСЧЕТ НАТИВНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ?

Разумеется, мы не можем в разговоре о росте мобильного Интернета оставить без внимания бесконечные дискуссии о том, что лучше: программы, специально создаваемые для того или иного мобильного устройства (так называемые нативные приложения), или мобильные веб-решения.

Споры идут яростные, однако истина в том, что оба этих направления имеют право на жизнь.

Нативные приложения разрабатываются под конкретную платформу и поэтому имеют такой уровень доступа к системным ресурсам устройства, каким веб-приложения похвастаться не могут. Это означает, что при взаимодействии с пользователем интерфейс нативных приложений работает, как правило, более быстро и гладко. Попытки воспроизвести такой интерфейс в браузере часто приводят к сбоям и задержкам в работе.

Нативные мобильные приложения позволяют использовать оборудование мобильных устройств так, как не может сделать ни один из мобильных браузеров. В частности, речь идет о доступе к адресной книге, работе с SMS, встроенными сенсорами, камерой и записи аудио. Веб-приложения нельзя запускать в фоновом режиме, а их создатели не могут зарабывать на продаже своих разработок через апп-сторы³ или реализуя товары и услуги через сами приложения. Ненативные приложения не могут попасть в апп-сторы, поэтому им гораздо сложнее оказаться на домашнем экране устройства, их становится труднее найти и использовать.

Поэтому если вашему мобильному продукту или бизнесу необходим доступ к «железу» устройства или работа в фоновом режиме, если вы хотите распространять свое приложение через апп-сторы или продавать с его помощью товары и услуги, без нативного формата вам, скорее всего, не обойтись.

³ Апп-сторы — онлайн-магазины, торгующие приложениями для мобильных устройств.

Однако это вовсе не означает, что придется отказаться от решений, связанных с мобильным Интернетом.

Как отмечает эксперт по мобильному бизнесу Джейсон Григсби, «веб-ссылки не открывают приложения, они направляют вас на веб-страницы» (<http://bkaprt.com/mf/24>). Если у вас есть контент в Сети, то пользователи найдут его и расскажут о нем другим — через системы поиска, по электронной почте, через социальные сети или на своих веб-страницах. Отсутствие мобильного веб-решения означает, что пользователь, который пойдет по ссылкам на ваш ресурс с мобильного устройства, не увидит ничего хорошего (а то и вообще не сможет получить доступ к контенту). И наличие нативного приложения ситуации не изменит (рис. 1.4).

Для пользователя главное преимущество мобильных устройств — их доступность. Даже если вы решили создать нативное приложение для одной или нескольких платформ, велика вероятность, что все существующие платформы вам охватить не удастся. Для Apple iOS требуется Objective C, а для Google Android — Java; программы для Microsoft Windows Phone 7 пишутся на Silverlight, для Samsung Bada — на C++,

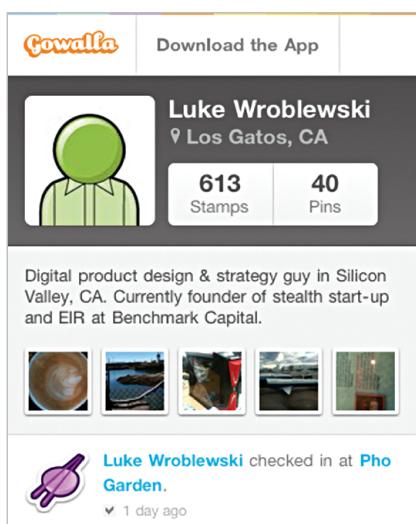


Рис. 1.4. Несмотря на наличие нативных приложений для iOS, Android, Blackberry и Palm, геолокационный сервис Gowalla имеет также и мобильное веб-приложение, на которое пользователи попадают по ссылкам на других сайтах

а для Blackberry от RIM — на базе Java, WebWorks и Adobe Air. Мало кто способен одновременно вести разработку с использованием всех перечисленных технологий. И даже если у вас получится создать нативные приложения для каждой платформы, расходы на их поддержку могут оказаться непомерными.

Кроме того, не исключено, что именно Сеть обеспечит вам максимум посетителей. Например, 14% пользователей Twitter заходят в сеть через браузер, 8% — при помощи нативного приложения для iPhone, и 7% — нативного приложения для Blackberry. На долю остальных платформ приходится менее 4% (<http://bkaprt.com/mf/25>).

То же самое можно сказать и о Facebook. Около 19% постов в Facebook отправляются с мобильного сайта, в то время как с использованием нативных приложений для iPhone, Android и Blackberry публикуются лишь по 4% сообщений (<http://bkaprt.com/mf/26>). Причина все та же — доступность мобильного сайта на любых платформах.

Скажу больше: наличие нативного приложения зачастую стимулирует пользователей применять мобильный веб. Каждый раз, когда вы делитесь ссылкой или нажимаете на нее в нативном приложении, она открывается в окне браузера. Таким образом, увеличение числа нативных приложений приводит к росту мобильного трафика.

Веб-приложения не требуют от пользователя загрузки обновлений (сайт обновляется непосредственно на сервере, на котором располагается). С их помощью можно постоянно исследовать предпочтения пользователей, сравнивая, как они реагируют на различные варианты интерфейса (A/B-тестирование). Если какие-то из перечисленных факторов для вас важны, имеет смысл отдать предпочтение мобильному вебу.

И наверное, лучше всего начинать с мобильного решения хотя бы потому, что у вас уже имеются навыки в области веб-дизайна и развития проектов. Стартовать можно в любой момент. В сущности, я думаю, стартовать следует прямо сейчас.

ВРЕМЯ ПРИШЛО

Мобильный Интернет развивается бешеными темпами, чему способствует модернизация устройств и увеличение скорости передачи данных. Применение подхода «сначала мобильные!» позволяет воспользоваться преимуществами этого роста и открывает новые перспективы для привлечения клиентов.

Теперь вы сможете не только создавать мобильные версии веб-продуктов. У вас появляется возможность более полно соответствовать потребностям аудитории.

Давайте посмотрим на социальную сеть Facebook. Более 250 миллионов ее пользователей (<http://bkaprt.com/mf/27>) получают доступ при помощи мобильных устройств. Они в два раза активнее тех, кто заходит на сайт со стационарного компьютера или ноутбука.

Комбинация решений для мобильных устройств и компьютеров повышает вовлеченность пользователей обоих типов. Это происходит потому, что Facebook не расценивает свой мобильный сайт как дополнение к основному, а использует его, чтобы сделать ресурс более удобным для всех посетителей.

Джо Хьюитт, в прошлом ведущий разработчик приложения Facebook для iPhone, говорит:

Изначально мы рассматривали мобильное веб-приложение только в качестве вспомогательного сервиса, но я быстро понял, что могу создать версию, которая будет гораздо лучше, чем основной сайт.

В сущности, в его словах заключена основная идея стратегии развития мобильных приложений.

А теперь зададимся следующим вопросом: каким образом ограничения и возможности мобильных устройств помогут нам достичь заветной цели?