

ОТ ПАРТНЕРА РОССИЙСКОГО ИЗДАНИЯ

Я неизменно скептически отношусь к любым широко-вещательным заявлениям, особенно тем, что восхваляют какое-нибудь решение, объявляя его единственно верным. Поэтому, прочитав во введении к книге Люка Вроблевски «Сначала мобильные!» фразу «сайты и приложения должны проектироваться прежде всего с расчетом на мобильные устройства», усомнился в том, стоит ли мне читать ее целиком. Насторожило поспешное «прежде всего». Почему «прежде всего»? К каким сайтам и приложениям это относится, а к каким нет? На какую целевую аудиторию это рассчитано? Но все же фраза меня заинтриговала, и я продолжил читать, о чем несколько не жалею. Огромное число приведенных в книге примеров убедительно свидетельствуют о наступлении новой эры — эры мобильных устройств. По крайней мере «там».

У нас же на рынке мобильных услуг дела обстоят пока не так блестяще — сказывается привычное отставание от Запада на два-три года. И все же динамика развития мобильного Интернета в России, изменение способов потребления информации, формирование новых привычек, связанных с использованием мобильных устройств, — все это красноречиво говорит о том, что «мобильная» эра не за горами и у нас. Число проектов растет день ото дня. «Российский рынок мобильных приложений в 2011 году вырос на 106% и достиг объема в 355 миллионов долларов, — говорится в исследовании J'Son & Partners, предоставленном Digit.ru. — Наиболее популярны у пользователей игры и развлечения, на их долю приходится до 44% закачек»¹.

В скором времени потребительские предпочтения изменятся, и готовиться к этому надо уже сегодня. Необходимо изучать, как целевая аудитория потребляет информацию

¹ <http://digit.ru/telecom/20111128/386853468.html>

и услуги через мобильные устройства, прогнозировать рост этого потребления и работать на опережение. Жизненно важно помнить: там, где сегодня нет выраженного спроса, завтра может возникнуть ажиотаж. И тогда, не сомневайтесь, придется тратить время и деньги на формирование в полном смысле слова своей, мобильной аудитории. Поэтому тем, кто отвечает за вопросы стратегического развития компаний, продуктов и услуг, советую дочитать эту книгу до конца. Она того стоит.

Приятного вам чтения.

С уважением,
Евгений Храмов,
директор по развитию,
Корпорация РБС