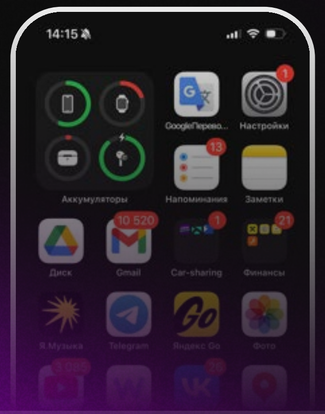
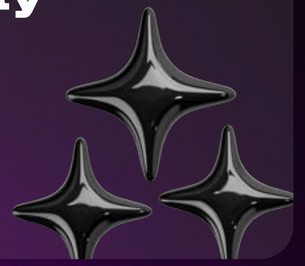
2LEADS



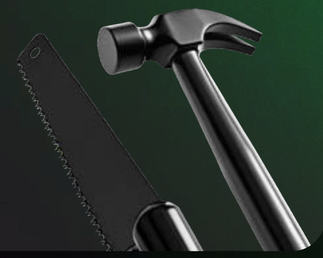
Аналитика performance-продвижения мобильных приложений

OTT

Beauty



DIY



Fashion

Евгений Анненков
CEO 2LEADS

Что работает в 2025??

Кто мы?

2LEADS

Агентство нового мобильного маркетинга

2LEADS – продвигаем приложения, которые мы любим 💚

Что обсудим сегодня?

2LEADS

1

Аудитории отдельных сегментов мобайла

2

Поведение пользователя в мобайле

3

Performance -цифры

4

Каналы и креативы

5

Тренды и вызовы

Онлайн-кинотеатры

Аудитория

2LEADS

51% россиян 16-55 лет пользовались онлайн-кинотеатрами (Forbes)

35% платят за подписку – против 33% в 2023 году

Лидеры:

КИНОПОИСК

20% аудитории,
из них 15% имеют платную подписку

Wink **ökko**

по 12% пользователей каждый

ИВИ **ОНЛАЙН-КИНОТЕАТР KION**

9% пользователей каждый

Онлайн-кинотеатры

Вовлеченность

2LEADS

Динамика доли YouTube в РФ, 2024

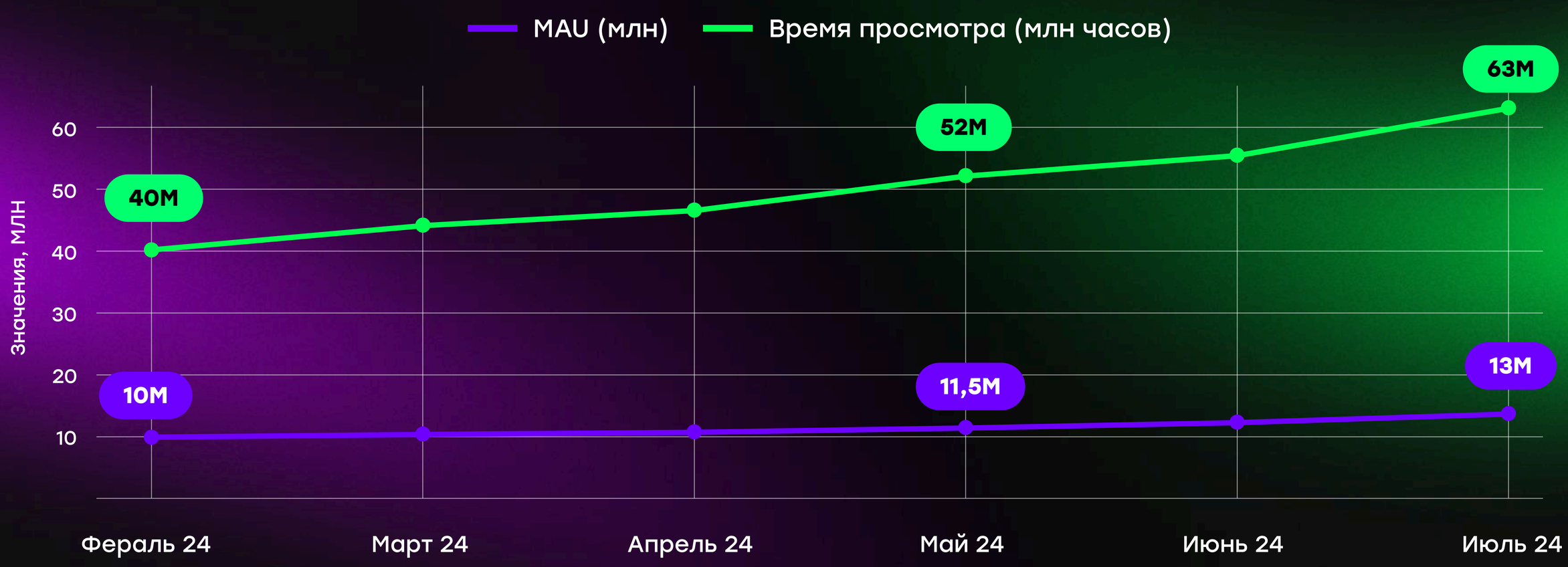
Источник: MediaScope.net

Онлайн-кинотеатры

Вовлеченность

2LEADS

Показатели Кинопоиск в 2024



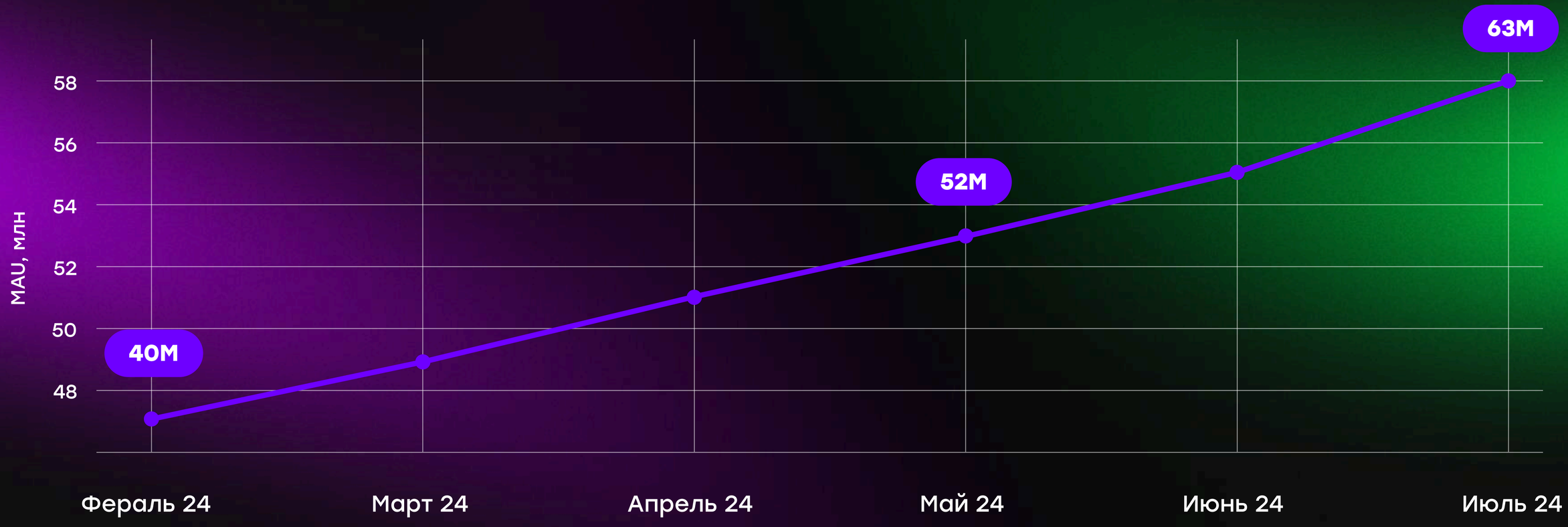
Источник: Коммерсантъ

Онлайн-кинотеатры

Вовлеченность

2LEADS

Аудитория Rutube, MAU (млн), 2024



Источник: РИА Новости

Онлайн-кинотеатры

Продвижение

2LEADS

Источники:

VK Реклама

Видео, клипы

Petal Ads Xiaomi

OEM-инвентарь

IronSourse Mintegral

iOS-масштабирование

60–70 ₽
CPI Android

30–35%
Retention D1

LTV: выше на 20%
При оригинальном контенте

Креативы
Подборки, free trial CTA

2LEADS

НТВ
WELL MEDIA
ИВИ
ОПЕРАТИВНАЯ ПАМЯТЬ
30 дней подписки
Изи Иви бесплатно
16+
ТОЛЬКО ДЛЯ НОВЫХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ. НЕОБХОДИМА ПРИВЯЗКА БАНКОВСКОЙ КАРТЫ. ДЛЯ ПРОВЕРКИ КАРТЫ МОЖЕТ БЫТЬ УДЕРЖАНА И ВОЗВРАЩЕНА СУММА В ЛИМИТАХ, ПРЕДУСМОТРЕННЫХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИМ СОГЛАШЕНИЕМ. РЕКЛАМА IVI.RU.СЕРВИС ИВИ 18+

18+
ТИХИЕ
90-Е. ГЛАВНАЯ ДРАМА СТРАНЫ
СМОТРЕТЬ
ökko
30 ДНЕЙ ЗА 199 ₽

18+
ФИШЕР
СМОТРИТЕ СЕЙЧАС
WINK
СМОТРЕТЬ
РЕКЛАМА. ООО «РЕСТРИМ МЕДИА». ОГРН 1237700009700. ПОДРОБНЕЕ НА WINK.RU ДОСТУПНО 7 ДНЕЙ БЕСПЛАТНО ПОЛЬЗОВАТЕЛЯМ, КОТОРЫЕ РАНЕЕ НЕ ОФОРМЛЯЛИ ПОДПИСКУ "WINK ВСЁ В ОДНОМ".

Онлайн-кинотеатры

Вызовы в продвижении

2LEADS

1

Дорогой трафик при низком объеме на iOS

из-за ограничения по площадкам

2

Высокий churn-rate у неоригинального контента

3

Видеоконтент требует качественного продакшна = стоимость крео растет

Beauty & Fashion

Аудитория

2LEADS

Бренды:

Beauty	Золотое Яблоко	ЛЭТУАЛЬ	РИВ ГОШ	FABERLIC	
Fashion	Lamoda	O'Stin	TSUM	Poison Drop	Oskelly

+33%
к визитам в приложения

+46%
к среднему времени сессии

+57%
e-com apps: +57% к выручке (источник: AppMetrica)

*Источник: Sensor Tower

Поведение в сегменте

2LEADS

Лояльность к брендовым приложениям есть, но слабая:
пользователи легко переключаются между конкурентами

Маркетплейсы составляют конкуренцию
и лидируют по цене и ассортименту

Источники продвижения и ASO

2LEADS

1. Директ
   вконтакте
2. appnext
   HUAWEI
3. Mintegral
4. liftoff
   MOLOCO

CPI:

(aOS)

80₽

CR install/ purchase:

6%

ASO must-have:

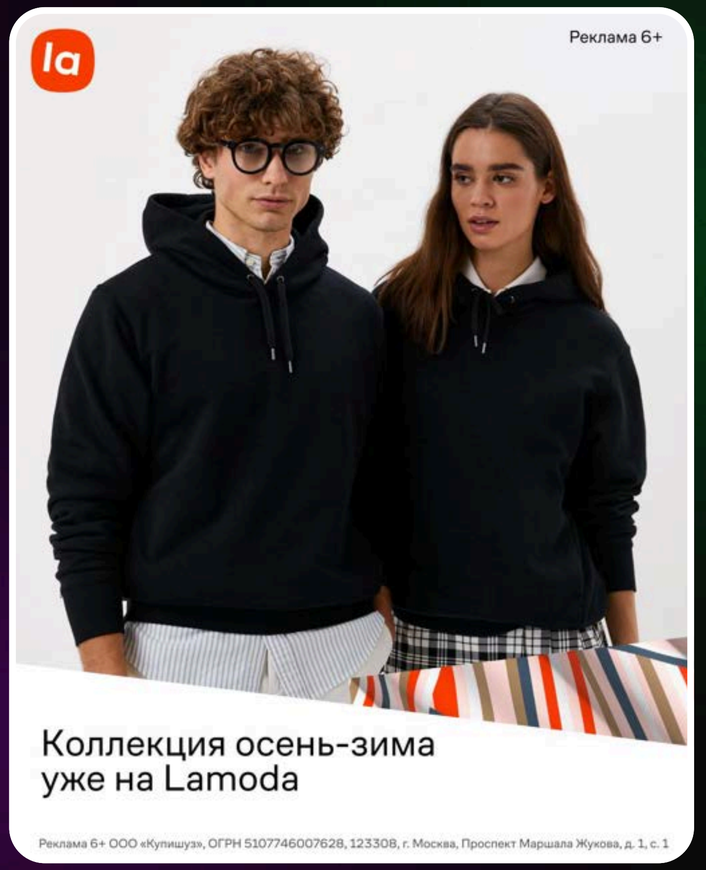
1. Скриншоты с офферами
2. Сезонные акции и офферы
3. Индексация 150+ ключей
4. Рейтинг приложения > 4.0

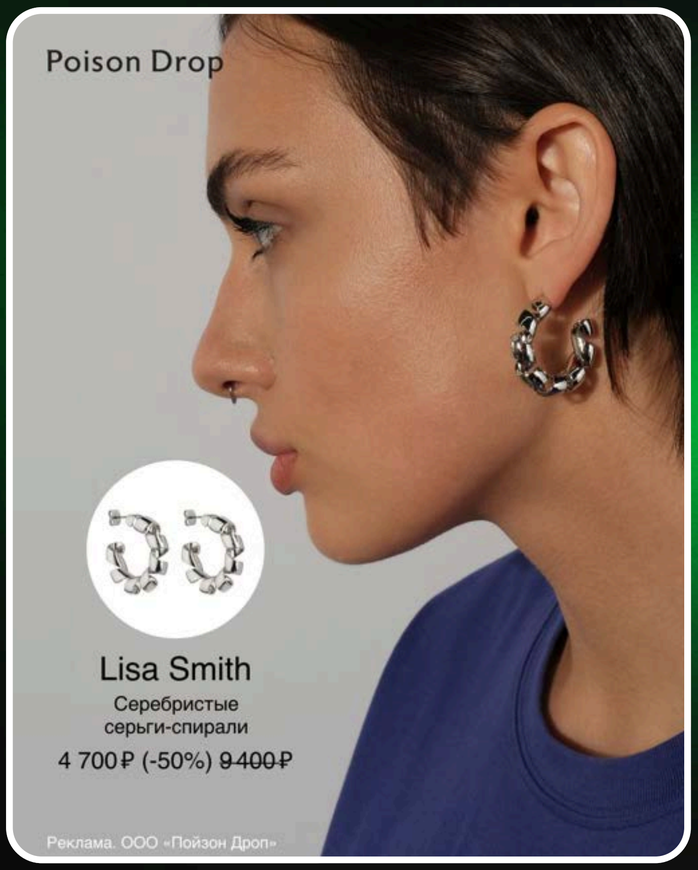
Повторные покупки:

до 50%

2LEADS

Ц | У | М
TSUM MOSCOW


la
Реклама 6+
Коллекция осень-зима
уже на Lamoda
Реклама 6+ ООО «Купишуз», ОГРН 5107746007628, 123308, г. Москва, Проспект Маршала Жукова, д. 1, с. 1


Poison Drop
Lisa Smith
Серебристые
серьги-спирали
4 700 ₽ (-50%) 9 400 ₽
Реклама. ООО «Пойзон Дроп»

Beauty & Fashion

Тренды вызовы в продвижении

2LEADS

1

Пользователи уходят из офлайна и сайтов в приложения

ради персональных условий, о которых сообщаем в ASO и креативной коммуникации

2

Конкуренция с маркетплейсами за установку:

важно уделять внимание UX/UI и ASO

3

Высокая чувствительность к цене и акционным предложениям

DIY: аудитория и вовлеченность

2LEADS

Бренды с высокой долей присутствия в мобайле по данным Sensor Tower: Hoff, Лемана Про (ex. Леруа Мерлен), OBI

+18%
MAU

+15%
к корзине

+35%
просмотров/юзер

+38%
времени в app*

*Источник retail.ru

Цифры и источники продвижения

2LEADS

CPI Android:

70р

CR install/order:

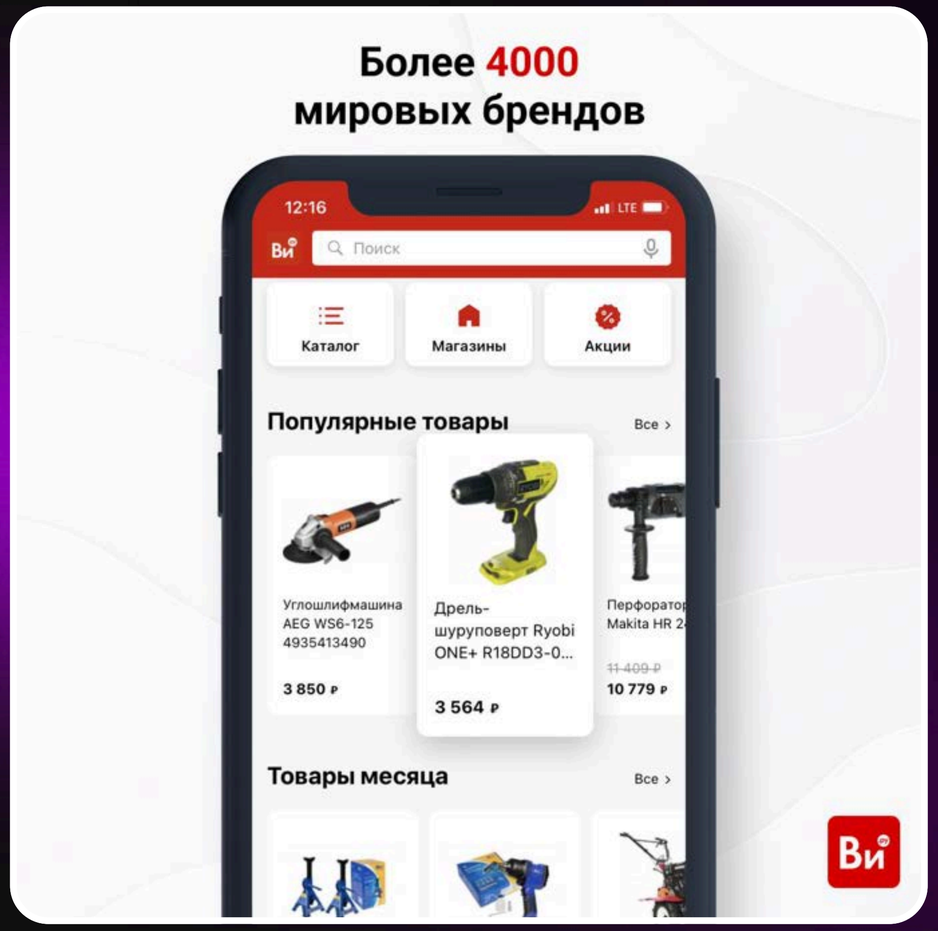
4-5%

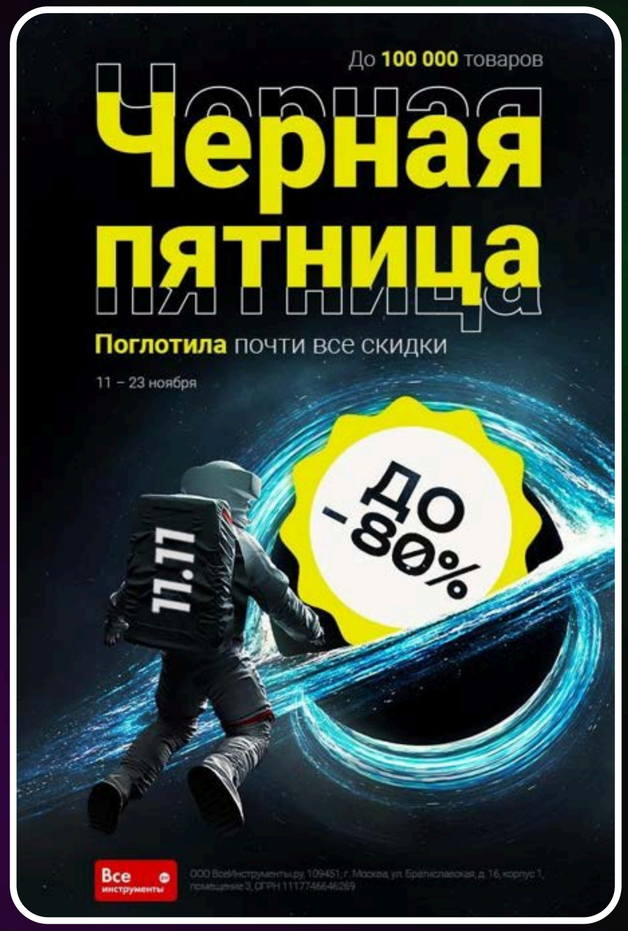
Retention D7:

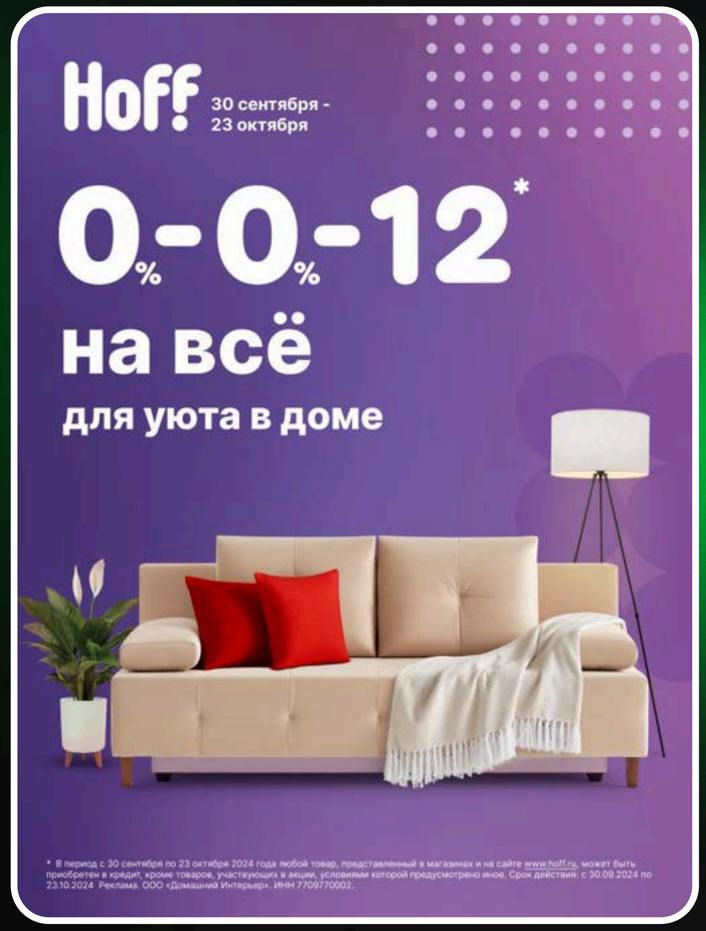
20-25%

Источники:

OEM-инвентарь, Moloco (UA + ретаргетинг)


Более 4000
мировых брендов
12:16
LTE
Поиск
Каталог
Магазины
Акции
Популярные товары
Все
Углошлифмашина AEG WS6-125 4935413490
3 850 ₽
Дрель-шуруповерт Ryobi ONE+ R18DD3-0...
3 564 ₽
Перфоратор Makita HR 2
11 409 ₽
10 779 ₽
Товары месяца
Все


До 100 000 товаров
Черная пятница
Поглотила почти все скидки
11 – 23 ноября
ДО -80%
11.11
Все инструменты


Hoff
30 сентября - 23 октября
0%-0%-12*
на всё
для уюта в доме
* В период с 30 сентября по 23 октября 2024 года любой товар, представленный в магазинах и на сайте www.hoff.ru, может быть приобретен в кредит, кроме товаров, участвующих в акции, условиями которой предусмотрено иное. Срок действия: с 30.09.2024 по 23.10.2024. Реклама. ООО «Домашний Интерьер». ИНН 7709770002.

DIY

Тренды и вызовы

2LEADS

1

Неравномерный переход из веба в app:

у пользователей нет привычки покупать товары для дома через приложение

2

Цикл принятия решения –длинный

Покупки часто плановые = стандартный performance-подход с быстрой конверсией не работает

3

UX/UI + ASO критично важны

Пользователи ждут от приложений уровня маркетплейсов

Мобайл растёт во всех сегментах, вместе с конкуренцией. Преимущество у тех, кто:

2LEADS

1

Делает мобайл центром экосистемы: не витрина, а полноценный сервис

2

Четко понимает пользовательское поведения в каждом сегменте:
от первого визита до повторной покупки

3

Работает с ASO и креативом не как с рутиной: делает внятные офферы юзеру уже на этапе карточки приложения в сторе

2LEADS

Спасибо!

hello@2leads.com

@agency2leads

2Leads

Подписывайтесь
на 2Leads Agency
– Диджитал Дайджест!

Евгений Анненков
CEO 2LEADS