



Adjust GmbH Saarbrücker Straße 37a, 10405 Berlin, Germany
Adjust Inc. 500 Montgomery Street, Suite A, CA 94111, United States of America
pr@adjust.com, www.adjust.com

Adjust запускает продукт для отслеживания подписок в мобильных приложениях на волне роста мобильного стриминга и подписок

Новый опрос, проведенный командой Adjust, показал, что американские пользователи тратят в среднем \$20.78 в месяц на подписки в приложениях, причем более трети этой суммы оставляют в сервисах стриминга и мобильного ТВ

Сан-Франциско / Токио / Берлин, 14 октября, 2020 — В связи с ростом подписок среди мобильных приложений [Adjust](#) запускает новый продукт [Subscription Tracking](#), чтобы дать маркетологам лучшее представление об эффективности подписок. Это связано и с общим сдвигом мобильной монетизации в сторону подписочной модели: например, по оценке AppToria, только в августе 2020 подписки принесли разработчикам приложений более \$200 млн, и многие пользователи в США планируют [сохранить свои подписки](#) даже после окончания пандемии COVID-19.

Сервис [Subscription Tracking](#) от Adjust позволяет маркетологам строить более точные LTV-модели для увеличения ROI. Ранее маркетологам не хватало доступа к важным данным о подписке, влияющим на их представления о воронке привлечения пользователей. Объединив измерение подписок с данными атрибуции, Adjust может сообщать своим клиентам о том, какие маркетинговые каналы обеспечивают наиболее длительные и ценные подписки. Благодаря этому разработчики могут гораздо эффективнее привлекать пользователей и проводить кампании по вовлечению, повышая лояльность и предотвращая отток.

“Рост приложений, основанных на подписке, в этом году усилился, так как пользователи обращаются к своим устройствам за решением еще большего числа задач, от развлечений и шопинга до фитнеса и управления финансами”, — говорит Пол Х. Мюллер, сооснователь и СТО Adjust. — “Вот почему мы так рады предложить первое в отрасли решение, которое помогает мобильным маркетологам управлять подписками и доходами своих клиентов, давая им лучшее понимание того, как пользователи взаимодействуют с моделями подписки”.

Adjust также представил результаты опроса пользователей в США о подписке и потреблении видеостриминга на мобильных устройствах. Исследование показывает, что более одной трети (46,9%) используют смартфоны для потоковой передачи видео и просмотра ТВ в условиях социального дистанцирования, и все чаще это происходит в приложениях на основе подписки.

Основные выводы исследования:

- Респонденты исследования в среднем тратят \$20.78 в месяц на свои подписки. Более четверти опрошенных миллениалов и представителей поколения Gen Z перестали платить за другие членства и абонементы, чтобы купить подписку в мобильных приложениях (например, подписались на фитнес-приложения вместо походов в зал). Эта группа составляет 17.9% всех опрошенных.
- 25-34-летние пользователи больше, чем другие респонденты, тратят в подписных приложениях — \$25.85 долларов в месяц, в то время как группа респондентов от 55 и старше тратит меньше всего — \$13.97 в месяц. Стриминговые приложения являются наиболее популярными по загрузкам среди остальных подписных приложений (30.7%), вторыми по популярности являются игровые (9%) и третьими - новостные (4%).
- В мобильном стриминге особенно заметна роль молодого поколения - Gen Z и Миллениалы гораздо охотнее готовы платить за стриминговые и развлекательные сервисы по запросу, чем любое другое поколение. 57.2% Миллениалов и Gen Z также сообщили во время исследования, что они стали чаще использовать смартфоны для стриминга и просмотра ТВ в период социального дистанцирования.
- Респонденты исследования в среднем потратили \$33.58 в месяц на стриминговые сервисы и развлекательные on-demand передачи. В топ-пять самых популярных стриминговых сервисов вошли Netflix, Amazon Prime, Hulu, Disney+ и YouTube TV.

Adjust на данный момент является единственным сервисом мобильной аналитики, который дает полную статистику по действиям в рамках подписки в одном месте, избавляя от необходимости переключаться между многочисленными панелями управлениями и интегрировать между собой несколько сервисов. Такое удобство особенно высоко ценится в период роста популярности подписок внутри приложений. Запуск этого продукта является частью миссии Adjust сделать свои маркетинговые инструменты проще и умнее для более чем 40,000 приложений, выбирающих Adjust в качестве своей аналитической платформы.

###

Методология исследования

Censuswide проводил исследование по поручению Adjust с 23 по 29 сентября 2020, опросив в США 1003 клиентов телевизионных и стриминговых сервисов в возрасте от 16 до 60 лет из национальной репрезентативной выборки.

О компании

[Adjust](#) – международная платформа для маркетинга приложений. Рожденная в сердце мобильной индустрии и выросшая из страсти к технологиям, сегодня компания присутствует глобально – в 16 офисах по всему миру.

Платформа Adjust включает продукты для измерения, кибербезопасности, автоматизации маркетинга и противодействия фроду. Вместе они делают маркетинг проще, умнее и безопаснее для 40 тыс. приложений, работающих с Adjust. Ведущие мировые бренды, такие

как Procter & Gamble, Rocket Internet и Tencent Games, внедрили наши решения для обеспечения безопасности бюджетов и улучшения показателей.