

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	5
Abbildungsverzeichnis	10
Tabellenverzeichnis	12
Abkürzungsverzeichnis	13
1 Einleitung.....	15
1.1 Über den Autor.....	16
1.2 Ziel des Buches.....	16
1.3 Aufbau des Buches	17
2 Von der Idee zur App.....	21
2.1 Vorbereitung: Wo fange ich an?.....	21
2.2 App-Geschäftsmodell	25
2.2.1 Kostenpflichtige App	25
2.2.2 In-App-Käufe.....	25
2.2.3 Werbung	27
2.2.4 Erweiterung eines bestehenden Geschäfts	28
2.3 Kennzahlen definieren	29
2.4 Empfehlenswerte Dienste.....	30

2.4.1	Cloud-Dienste.....	31
2.4.2	Push Benachrichtigungen.....	32
2.4.3	App Attribution.....	33
2.4.4	Integration von Werbung	35
2.5	Die technische Basis: Nativ vs. Cross-Platform ...	37
2.5.1	Überblick: Nativ und Cross-Platform	37
2.5.2	Nativ: Die Vor- und Nachteile	39
2.5.3	Cross-Platform: Die Vor- und Nachteile	40
2.5.4	Die Entscheidung	42
2.6	Entwicklung eines MVP.....	43
2.7	Was ist eigentlich mit einer Progressive Web App?	45
2.8	Zusammenfassung	46
3	Die App veröffentlichen	47
3.1	Was sind der Google Play Store und iTunes App Store?	48
3.2	Voraussetzung zum Testen und Veröffentlichen beim Google Play Store und iTunes App Store.....	49
3.3	Android: Veröffentlichen im Google Play Store ..	52
3.3.1	Wissenswertes zur Google Play Console	53
3.3.2	Vorbereitung: Die App anlegen.....	54
3.3.3	App hochladen und testen	55

3.3.4	Einrichtung von In-App-Käufen.....	57
3.3.5	Die App-Präsenz im Play Store.....	58
3.3.6	Die App veröffentlichen	60
3.3.7	Statistiken und Bestellungen	61
3.3.8	Nutzerfeedback.....	63
3.4	iOS: Veröffentlichen im iTunes App Store	64
3.4.1	Wissenswertes zu iTunes Connect	64
3.4.2	Vorbereitung: Die App anlegen.....	65
3.4.3	Einrichtung von In-App-Käufen.....	68
3.4.4	App hochladen und testen	69
3.4.5	Die App-Präsenz im App Store.....	71
3.4.6	Die App veröffentlichen	75
3.4.7	Nutzerfeedback.....	76
3.4.8	Statistiken und Bestellungen	76
3.5	Progressive Web App: Was ist hier zu beachten?	77
4	App Marketing	79
4.1	Triff die Vorbereitungen.....	80
4.1.1	Eine Landingpage erstellen	80
4.1.2	Ein Pressekit	81
4.1.3	Einrichten des Presseverteilers.....	82
4.1.4	Ein Helpdesk.....	82
4.2	App Store Eintrag und Optimierung.....	83

4.2.1	Allgemeines zum App Store Eintrag.....	84
4.2.2	Was umfasst App Store Optimierung?..	84
4.2.3	Besonderheiten beim Play Store	91
4.2.4	Besonderheiten beim App Store	91
4.2.5	App Store Optimierung in der Übersicht	92
4.3	Spezielle Werbemaßnahmen im App-Bereich	94
4.3.1	Begriffserklärungen im Rahmen von App- Werbemaßnahmen	96
4.3.2	Wann lohnt sich incentive und wann non- incentive?	98
4.3.3	Werbenetzwerke in der Übersicht.....	99
4.3.4	Werbekampagnen überprüfen.....	101
4.4	Aufgaben nach dem Launch.....	103
4.5	Zusammenfassung	104
5	Tipps und Best Practices	107
5.1	Den App Store Eintrag testen	107
5.2	Beim Google Play Store im Ranking aufsteigen	108
5.3	Beim iTunes App Store im Ranking aufsteigen.	109
5.4	Im Google Play Store und iTunes App Store von deren Redaktionen erwähnt werden.....	109
5.5	Mehr Bewertungen im iTunes App Store	111
6	Zusammenfassung und Ausblick.....	113

Anhang	115
Übersicht über Helpdesk-Systeme.....	115
Übersicht für das App Marketing	115

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1 Anmeldung als Entwickler beim Google Play Store	51
Abbildung 2 Für jedes Land kann der Preis festgelegt werden	54
Abbildung 3 App erstellen in der Google Play Console	55
Abbildung 4 Beim Hochladen der App gibt es mehrere Kanäle.....	56
Abbildung 5 Im Google Play Store müssen zahlreiche Fragen beantwortet werden, unter anderem zur Länderverfügbarkeit und des Preises.....	59
Abbildung 6 App-Bewertung pro Tag im Google Play Store	63
Abbildung 7 Auf iTunes Connect finden sich neben den Apps auch Nutzerrollen, die Verträge und die Verkäufe	64
Abbildung 8 Mit Tippen auf das Plus-Symbol wird in iTunes Connect eine neue App angelegt.....	65
Abbildung 9 Anlegen der App in iTunes Connect	66
Abbildung 10 Die App ist angelegt und kann nun mit Informationen gefüllt werden.....	67
Abbildung 11 Zur App können Screenshots und Videos nach Gerät hochgeladen werden.....	73

Abbildung 12 Appsflyer Performance Index (Quelle: https://www.appsflyer.com/index)	100
Abbildung 13 Bewertung direkt in der App möglich (Bildquelle: https://developer.apple.com/app-store/ratings-and-reviews/).....	112

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1 Übersicht über die Arten von In-App-Käufen	26
Tabelle 2 Cloud-Dienste in der Übersicht	32
Tabelle 3 Dienste zur Push-Benachrichtigung.....	32
Tabelle 4 App Attribution Dienste	34
Tabelle 5 Anbieter zur Integration von Werbung	36
Tabelle 6 Vergleich zwischen Nativ und Cross-Platform	38
Tabelle 7 Vor- und Nachteile der nativen Entwicklung	40
Tabelle 8 Vor- und Nachteile der Cross-Platform-Entwicklung.....	41
Tabelle 9 Voraussetzungen zum Testen und Veröffentlichen im Google Play Store und iTunes App Store	50
Tabelle 10 App Store Optimierung in der Übersicht .	93
Tabelle 11 Werbemaßnahmen in der Übersicht.....	95
Tabelle 12 Häufig verwendete Begriffe im App-Marketing.....	97
Tabelle 13 Vor- und Nachteile von Incentive Kampagnen	99