

Luke Wroblewski

---

# MOBILE FIRST

A Book Apart

[Почитать описание, рецензии и купить на сайте МИФа](#)

Люк Вроблевски

---

# СНАЧАЛА МОБИЛЬНЫЕ!

Перевод с английского Павла Миронова

Издательство «Манн, Иванов и Фербер»  
Москва, 2012

УДК 004.9  
ББК 32.81  
В82

*Издано с разрешения A Book Apart LLC  
На русском языке публикуется впервые*

**Вроблевски, Л.**

В82 Сначала мобильные! / Люк Вроблевски ; пер. с англ. П. Миронова. — М. : Манн, Иванов и Фербер, 2012. — 176 с.

ISBN 978-5-91657-388-6

Подход, предложенный Люком Вроблевски, произвел настоящую революцию в области веб-дизайна. Его суть проста: чтобы сайт наиболее полно удовлетворял потребности пользователей любых устройств, сначала следует проектировать его мобильную версию.

В своей книге Люк подробно рассказывает о том, как перейти от создания обычных сайтов к разработке их мобильных версий, какие особенности поведения владельцев мобильных устройств следует учитывать при проектировании интерфейса, как правильно организовать контент и навигацию и о многом-многом другом.

Следуя его рекомендациям, вы сможете создать максимально удобный дизайн, который обеспечит высокую посещаемость вашего сайта в самое ближайшее время.

УДК 004.9  
ББК 32.81

Все права защищены.  
Никакая часть данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме без письменного разрешения владельцев авторских прав.

Правовую поддержку издательства обеспечивает юридическая фирма «Вегас-Лекс»



© 2012 Luke Wroblewski. All rights reserved  
© Перевод на русский язык, издание на русском языке, оформление. ООО «Манн, Иванов и Фербер», 2012

ISBN 978-5-91657-388-6

## ОГЛАВЛЕНИЕ

|     |                                                                 |
|-----|-----------------------------------------------------------------|
| 6   | От партнера российского издания                                 |
| 8   | Предисловие                                                     |
| 10  | Введение                                                        |
| 13  | <b>ЧАСТЬ 1</b><br>Почему так важен принцип «сначала мобильные!» |
| 14  | Глава 1<br>Рост                                                 |
| 28  | Глава 2<br>Ограничения                                          |
| 41  | Глава 3<br>Потенциальные возможности                            |
| 59  | <b>ЧАСТЬ 2</b><br>Как стать мобильным                           |
| 61  | Глава 4<br>Организация                                          |
| 80  | Глава 5<br>Действия                                             |
| 101 | Глава 6<br>О вводе                                              |
| 128 | Глава 7<br>Верстка                                              |
| 142 | Заключение                                                      |
| 144 | Благодарности                                                   |
| 145 | Приложение.<br>Полные веб-адреса упомянутых в книге источников  |
| 149 | Помощь онлайн                                                   |
| 151 | Об авторе                                                       |

## 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 нисколько 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»<sup>1</sup>.

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

<sup>1</sup> <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*

## ПРЕДИСЛОВИЕ

Люк Вроблевски привык работать с данными. Так что начнем со статистики. Он написал 1372 статьи, сделал 190 презентаций и стал автором трех книг по вопросам юзабилити в мобильных приложениях и Сети, о взаимодействии с пользователями и о дизайне. Вы держите в руках его последнюю и, по моему мнению, самую важную книгу. А если приведенная статистика не произвела на вас впечатления, то примите к сведению, что Люк занимался всем этим в свободное от основной работы время, поскольку одновременно руководил дизайнерскими проектами некоторых известных интернет-компаний или вел собственные проекты.

Люк — опытный дизайнер, он прекрасно осведомлен обо всех новшествах в области мобильных приложений, к тому же умеет отлично излагать свои мысли. По части применения накопленных знаний ему повезло, ведь мобильные приложения — это направление, по которому движется и Сеть, и весь мир. Но еще больше повезло нам: ведь Люк не просто отлично разбирается в этих вопросах, он всегда ставит во главу угла интересы пользователя. А еще он отличный источник научной информации: за шестнадцать лет управления проектами он прочел тысячи технических документов, отчетов, статей, книг и других материалов. Весь его опыт отражен в этой книге.

Читать ее легко и приятно, хотя Люк рассказывает о крайне важных вещах. То, о чем он рассуждает, изменило принятый в моей компании подход к дизайну сайтов; то же наверняка произойдет и с вами. Книга «Сначала мобильные!» убедительна, потому что приведенные в ней данные и факты говорят сами за себя. Здесь вы также найдете множество практических советов: Люк очень внимателен к деталям, но при этом уважает и ваш интеллект, и ваш опыт.

Я полюбил эту книгу. Я счастлив, что именно нам повезло ее издать. Я надеюсь, что она займет достойное место

на книжной полке каждого дизайнера и разработчика пользовательских интерфейсов. Мне очень хочется, чтобы в нашем деле нашло применение лучшее из опыта мобильных приложений: это поможет не только пользователям, но и нам самим. И чем больше моих коллег последует рекомендациям Люка, тем спокойнее я буду относительно будущего Сети.

*Джеффри Зельдман,  
редактор сайта A List Apart,  
основатель компании Harry Cog*



## ВВЕДЕНИЕ

Идея, рассматриваемая в этой книге, достаточно проста. Однако, как у многих других простых идей, у нее могут быть сложные и далеко идущие последствия. Эта идея способна изменить наше представление о персональном компьютере и о том, как мы используем Сеть. И при этом ее можно выразить в двух словах. С них и начнем.

### Сначала мобильные!

На протяжении многих лет веб-разработчики создавали продукты и контент для стационарных компьютеров и ноутбуков. Если они и думали о мобильных устройствах, то уж точно не в первую очередь. Как ни обидно, но такой подход преобладал практически повсеместно. Странствия по Сети с помощью мобильных телефонов требовали значительных усилий: доступ в Интернет предопределили особенности самих устройств, а скорость была такой, что использование мобильного Интернета зачастую превращалось в бесконечное ожидание. За исключением жителей Японии, мало кто выходил в Сеть через мобильные телефоны; те же, кто на это решался, сталкивались с немалыми трудностями.

Однако за последние несколько лет произошли коренные изменения, и теперь невозможно даже представить, чтобы при создании веб-продукта разработчики ориентировались прежде всего на стационарные ПК. Создание приложений по принципу «сначала мобильные!» не только открывает новые перспективы для самих разработчиков, но и значительно помогает пользователям в работе с сайтом или приложением.

В этом и заключается суть нашей идеи. Сайты и приложения должны проектироваться прежде всего с расчетом на мобильные устройства. Это позволит:

- подготовиться к появлению новых возможностей мобильной связи, поскольку эта область стремительно развивается;

- сосредоточиться на правильных приоритетах для своих продуктов, учитывая ограничения, присущие дизайну для мобильных устройств;
- обрести инновационный опыт и новые навыки, связанные с мобильными устройствами и методами их использования.

Подход «сначала мобильные!» несет в себе ряд преимуществ даже в том случае, если использование мобильных платформ не входит в ваши ближайшие планы. Всего каких-нибудь полдня на «мозговой штурм» такого подхода — и, уверяю, вам откроются совершенно новые горизонты.

И это не просто слова. Некоторые из крупнейших компаний уже взяли на вооружение философию «сначала мобильные!». Председатель правления Google Эрик Шмидт советует: «Все очень просто — что бы вы ни делали, применяйте принцип “сначала мобильные!”» (<http://bkaprt.com/mf/1>).

Директор по дизайну Facebook Кейт Ароновитц говорит: «Мы начали использовать подход, при котором вначале думаем о мобильном вебе и только потом об обычном. Мы обнаружили, что дизайнеры мобильных приложений научились справляться с огромным количеством ограничений, и это учит нас по-новому относиться к приложениям для стационарных компьютеров» (<http://bkaprt.com/mf/2>).

Кевин Линч, главный технический директор Adobe, заявляет: «Нам необходимо переключиться на мышление в стиле “сначала мобильные!”... Это куда более значительная смена парадигмы, чем та, что потребовалась при появлении персональных компьютеров» (<http://bkaprt.com/mf/3>).

Эти и многие другие компании видят в принципе «сначала мобильные!» большое будущее. Но почему же мобильные приложения так важны, и если все так, с чего начинать их проектирование? Ответить на эти вопросы и призвана книга, которую вы держите в руках.

## НЕСКОЛЬКО СЛОВ О КНИГЕ

Я ценю ваше время, поэтому книга короткая и воды в ней нет. В первой части поясняется, почему подход «сначала мобильные!» стал в последнее время таким актуальным. Вторая часть рассказывает об отличиях мобильного веб-дизайна от обычного — ознакомившись с ней, вы сможете сегодня же приступить к созданию мобильных сайтов.

В книге нет программного кода. В мире существует немало программистов, способных куда лучше меня рассказать о практических вопросах мобильной веб-разработки. Здесь вы найдете нечто иное — рассказ о применении принципа «сначала мобильные!» в бизнесе, а также ряд идей и практических примеров, которые вы сможете использовать в процессе разработки веб-приложений для мобильных устройств.

Сразу оговорюсь, что иногда я буду использовать термин «мобильные веб-приложения» вместо более привычных определений, таких как «мобильный веб» или «мобильный сайт». В сущности, речь всегда идет об одной и той же Всемирной паутине, различия же состоят в опыте работы с нею, основанном на особенностях устройств. Об опыте мы будем говорить много.

Что ж, я обещал, что повествование будет лаконичным, так давайте покончим со вступительной частью и перейдем к разговору о том, как небольшая идея позволяет достичь поистине грандиозных результатов.

## Часть 1

---

### ПОЧЕМУ ТАК ВАЖЕН ПРИНЦИП «СНАЧАЛА МОБИЛЬНЫЕ!»

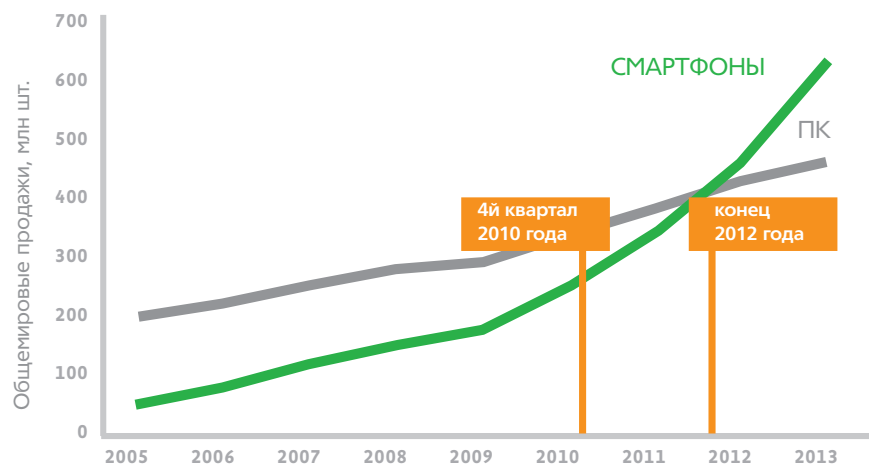
Все просто: проектирование для мобильных устройств не только готовит веб-дизайнеров к лавинообразному росту мобильного Интернета и связанных с ним новых возможностей, но и вынуждает сконцентрироваться на инновациях. Разумеется, подобное заявление нуждается в конкретизации. Об этом и пойдет речь в этой части книги.



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 растет 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 бóльшие 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

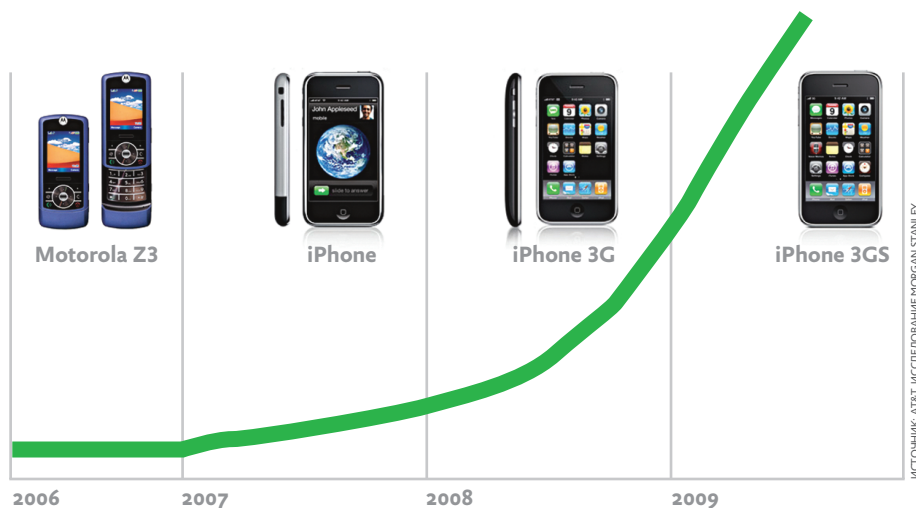


долями секунды, такое ожидание было невообразимо мучительным. Но проблема заключалась не только в этом. Писать текст, перебирая символы на цифровой клавиатуре, было жутко неудобно, и тут не помогала даже функция автозавершения текста T9 (<http://bkaprt.com/mf/16>).

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 фичафоны<sup>2</sup>,

---

<sup>2</sup> Термином «фичафон» (feature phones) обычно обозначают устройства нижего 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 «псевдосмартфоны» 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 зарабатывать на продаже своих разработок через апп-сторы<sup>3</sup> 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.

---

<sup>3</sup> 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++.

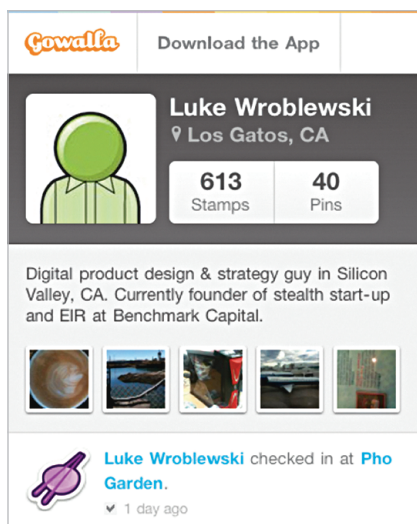


Рис. 1.4. Несмотря на наличие нативных приложений для iOS, Android, Blackberry и Palm, геолокационный сервис Gowalla имеет также и мобильное веб-приложение, на которое пользователи попадают по ссылкам на других сайтах



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 (А/В-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?



Почитать описание и заказать  
в МИФе

Смотреть книгу

Лучшие цитаты из книг, бесплатные главы и новинки:

Взрослые книги:



Проза:



Детские книги:

