

“If you build it,  
they will come.”

LAGALI SU...

# Napravite najlepšu i najbolju mobilnu aplikaciju na svetu

Redovno kreirate i izbacujete odličan sadržaj za nju

Davite vaše drugare, promovišete je i reklamirate do iznemoglosti

Ulažete krv, suze i znoj

I na kraju opet...



**NE MOŽETE DA  
NAPUNITE STADION?**

A hand holding a smartphone is the central focus, with a semi-transparent network overlay. The overlay consists of several circular nodes, each containing a group of three stylized human figures. These nodes are interconnected by thin lines, forming a web-like structure. The background is a blurred image of a person's hand holding the phone, with a greenish-blue tint. The overall aesthetic is modern and digital.

# UTICAJ VIRALNOSTI

NA USPEH MOBILNE APLIKACIJE



**Center for Career Development**

by LINKgroup



# ALEKSANDAR PETKOVIĆ

**DIGITAL STRATEGIST**

Branch Metrics, San Francisco, USA

[www.branch.io](http://www.branch.io)

[www.aleksandarpetkovic.com](http://www.aleksandarpetkovic.com)



MblnMrktng  
fivewho

Šta su virali?



# Center for Career Development

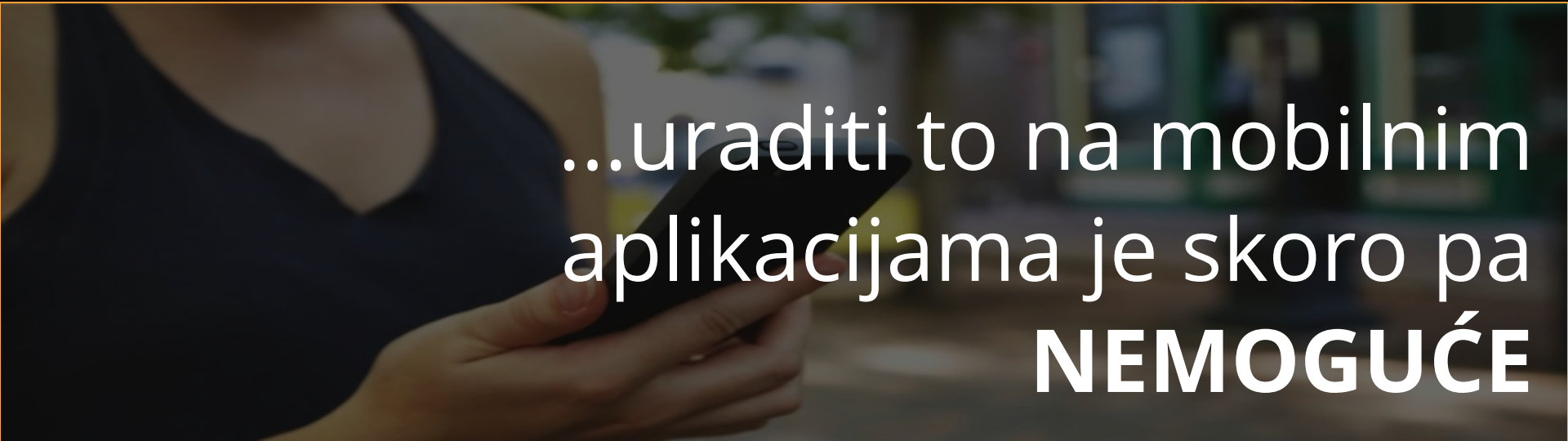
by LINKgroup



Kreirati nešto što je  
viralno je veoma  
**TEŠKO**



...uraditi to na mobilnim  
aplikacijama je skoro pa  
**NEMOGUĆE**





**...SVE ŠTO TREBA JE:**



**Center for Career Development**

by LINKgroup

Odgovarajuće  
korisničko iskustvo



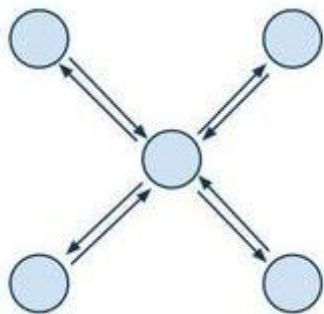
**SHARE**





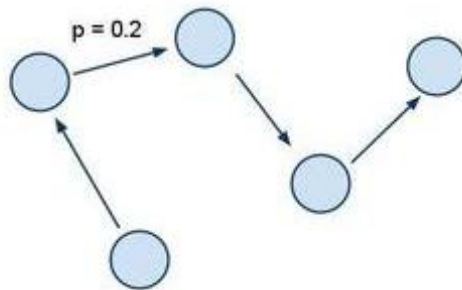
# MODELI VIRALNOSTI

Influencers



vs.

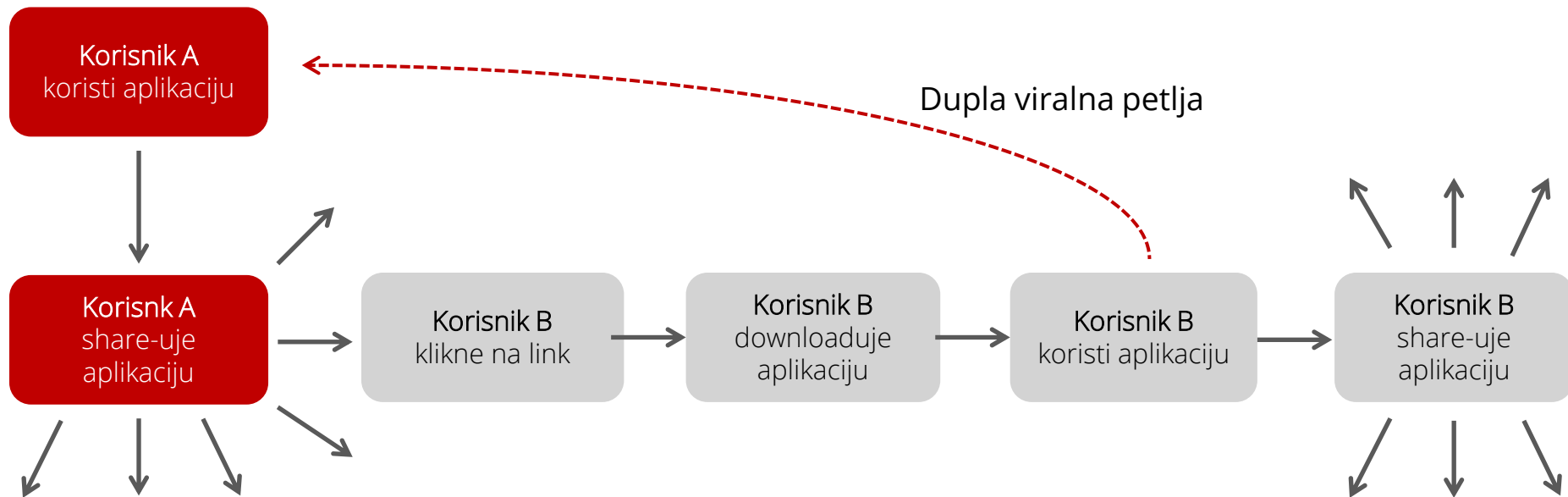
Epidemic



# **VIDEO – PRIMER 1**

# **VIDEO – PRIMER 2**

# **VIDEO – PRIMER 3**







**SHARE**





# KAKO MOTIVISATI KORISNIKE DA SHARE-UJU?



**Nagrada**

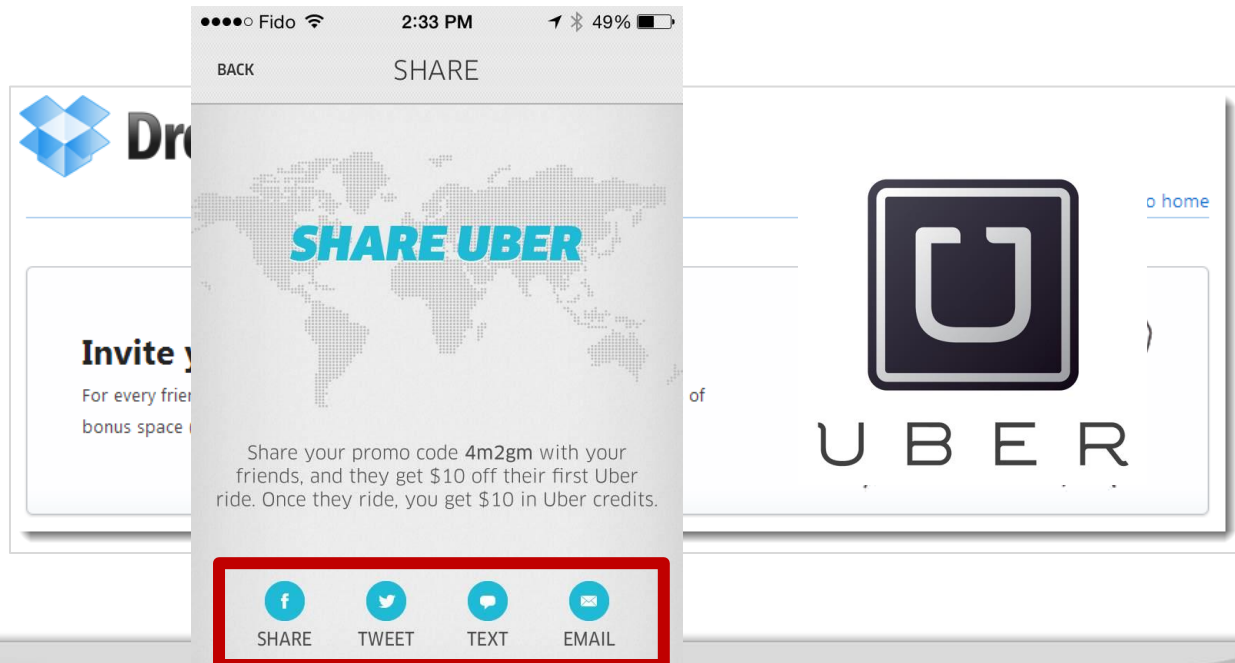


**Ego**



**Emocija**

# KAKO MOTIVISATI KORISNIKE DA SHARE-UJU?



## KAKO MOTIVISATI KORISNIKE DA SHARE-UJU?



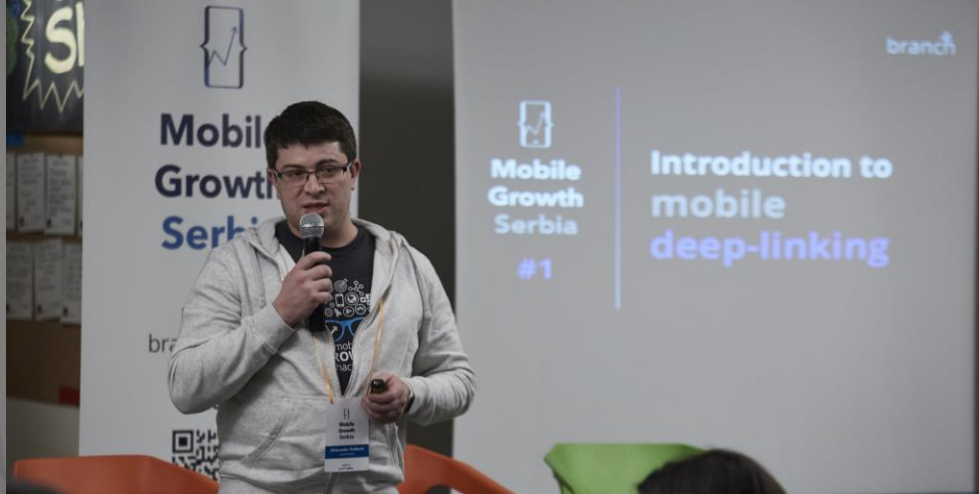
- **Etičnost nagrađivanja** - diskutabilno
- **Dvostruki referali** – nagraditi i novog i starog korisnika ako je moguće
- **Novi korisnik je Bog** – obavezno nagraditi novog korisnika
- **Vrednost** koju donosimo prijateljima

...a kad smo već kod  
nagrade 😊



# Mobile Growth Serbia

[Link](#)



# KRATKA ANKETA O KORIŠĆENJU MOBILNIH APLIKACIJA



<http://goo.gl/pr8rHD>





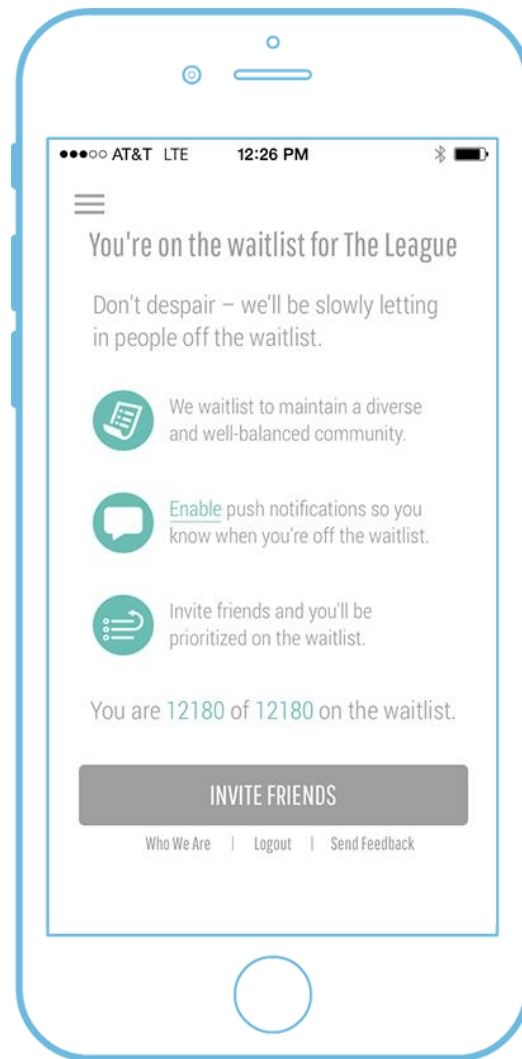
## KAKO MOTIVISATI KORISNIKE DA SHARE-UJU?

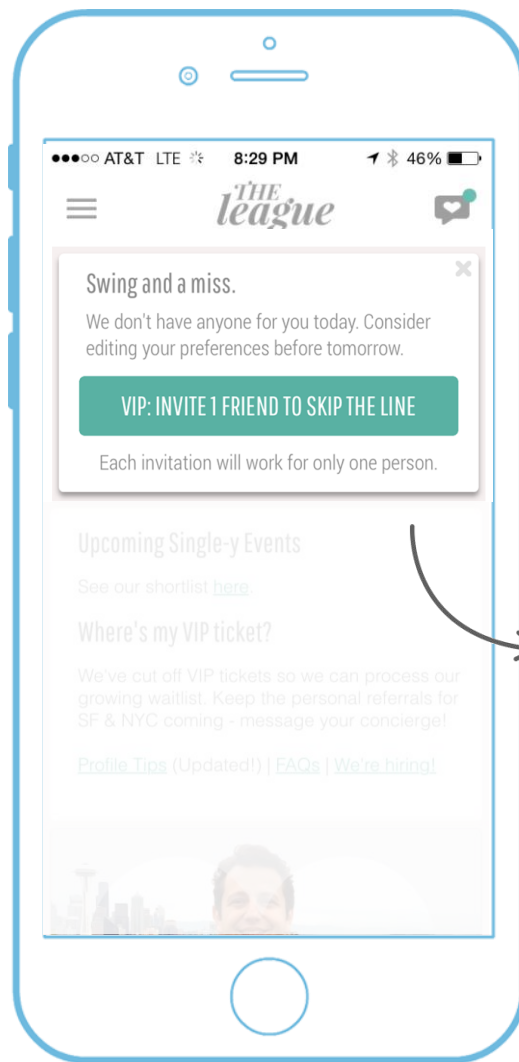


- Korisnici share-uju **kada nešto imponuje njihovom egu**
- Omogućite korisnicima da kreiraju **stvari na koje su ponosni** i pitajte ih da share-uju svoju kreaciju
- Neka predefinisani tekst koji ponudite govori o tome koliko je korisnik fenomenalan
- Korisnici da se **identifikuju sa vašim brendom**



- Dating mobilna aplikacija
- Ulazi se samo uz pozivnicu
- Samo određeni broj manuelno odabranih ljudi svakog dana dobije pristup aplikaciji
- Preskačeš listu čekanja ukoliko pozoveš prijatelja koji će nakon toga instalirati mobilnu aplikaciju





Tap this link to skip the waitlist for The League!  
<https://bnc.lt/1W65MMk-25>

[Studija slučaja \(link\)](#)



## KAKO MOTIVISATI KORISNIKE DA SHARE-UJU?



- Korisnici često share-uju i klikću na linkove jer ih na to navodi neka **emocija**
- Postoje brojne studije na tu temu, a posebno je zanimljiva analiza šta korisnike tera da share-uju, a šta da klikne na link
- Mnogo više se share-uju **pozitivne emocije**



## DODATNI SAVETI (ZA PONETI KUĆI)



- **Nikad share bez saglasnosti** korisnika
- Share treba da bude **iz jednog koraka**
- **Share kanali:** SMS / e-mail / Facebook / Twitter
- Obavezno koristiti **mobile deep linking**
- Napravite mobilnu aplikaciju koju će korisnici sami **želeti da share-uju:** (dizajn, nikad spam, razlikujte se od konkurentnih aplikacija)

A top-down view of a large number of green tomatoes, some with their stems, filling the frame. A single, bright red tomato is positioned in the upper right quadrant, providing a sharp contrast to the surrounding green. In the lower left, a semi-transparent red banner contains the text 'RAZLIKUJTE SE' in white, bold, sans-serif capital letters.

**RAZLIKUJTE SE**

A close-up photograph of a person wearing a plaid shirt and a lanyard, holding a smartphone. The person is sitting in a chair, and their hands are the main focus as they interact with the device. The background is blurred, showing other people in a conference or event setting. A red banner with white text is overlaid on the image.

**KLIK NA SHARE-OVANI LINK**

„Što volim ove korisnike  
koji ovako lako kliknu.“

*Bivši ministar za mobilne aplikacije*





# KAKO MOTIVISATI KORISNIKA DA KLIKNE LINK?



**Nagrada**



**Ego**



**Emocija**



## KAKO MOTIVISATI KORISNIKA DA KLIKNE LINK?

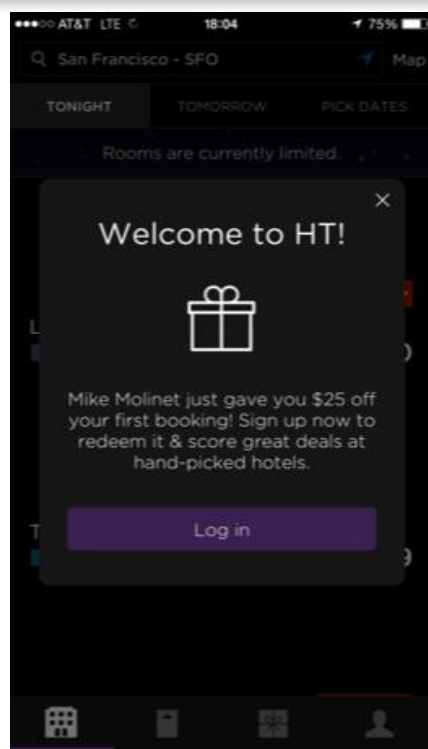
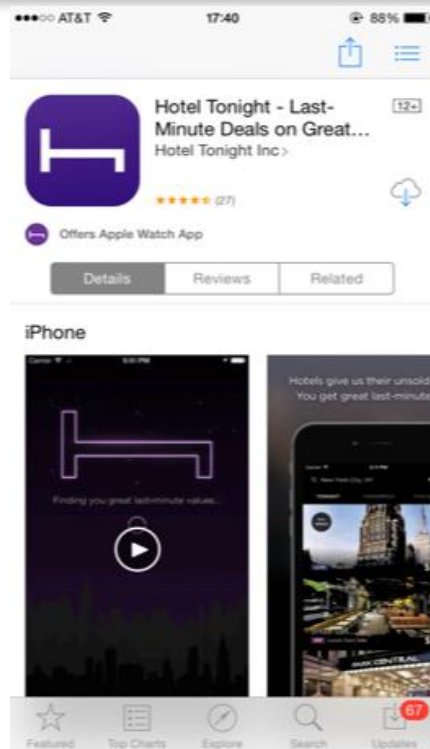
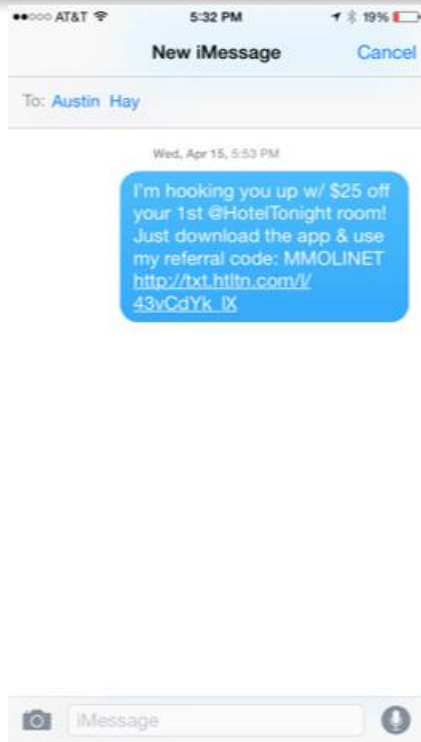


- Ne preterujte i **ne preuveličavajte važnost dobijanja konkretnog benefita** ako korisnik instalira aplikaciju
- **Fokusirajte se na istinsku vrednost** koja aplikacija donosi korisniku



# Center for Career Development

by LINKgroup





## KAKO MOTIVISATI KORISNIKA DA KLIKNE LINK?



- Promena stila života
- Istaknite mogućnost da korisnik ispadne „cool“ ako klikne na link
- Izazovite korisnika da istakne nešto što njegovi prijatelji nemaju



## KAKO MOTIVISATI KORISNIKA DA KLIKNE LINK?



- Jake emocije motivišu korisnika da klikne na link
- **BES** kao emocija donosi više klikova nego **SREĆNA** emocija
- Negativne i kontraverzne emocije koje donose uzbuđenje beleže više klikova od pozitivnih emocija

A close-up photograph of a long-haired, fluffy orange and white cat lying on a white surface. The cat has green eyes and is looking slightly to the left. To its left is a cylindrical sisal scratching post. The background is a plain white surface.

**EKSPERIMENT**

**VIRALNOST & MAČKE**

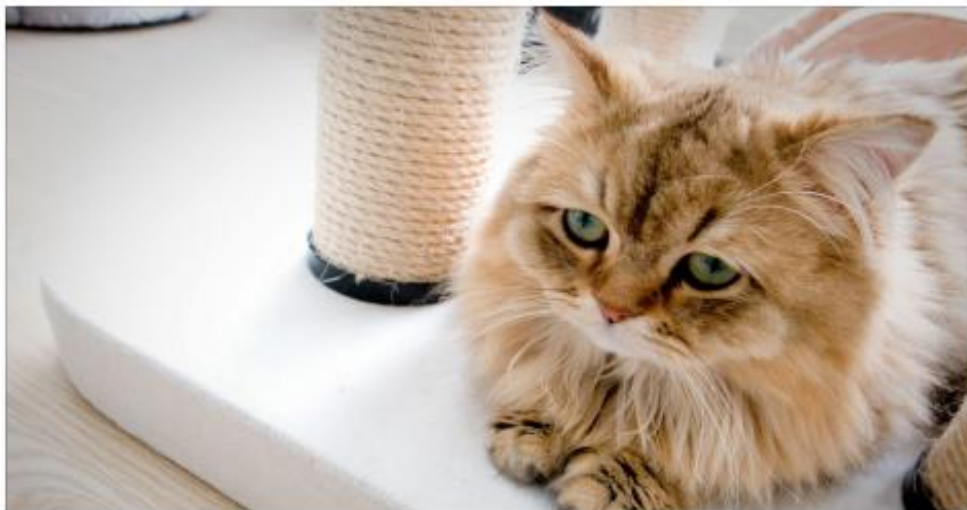


**Moj ljubimac**

Sponsored

 Like Page

10 razloga zbog kojih su mačke najbolji ljubimci. Nećete verovati koji je razlog broj 6!



## Mačke su najbolji prijatelji

Pročitajte 10 razloga zašto je to tako

[PETFACE.NET](https://petface.net)

 Like

 Comment

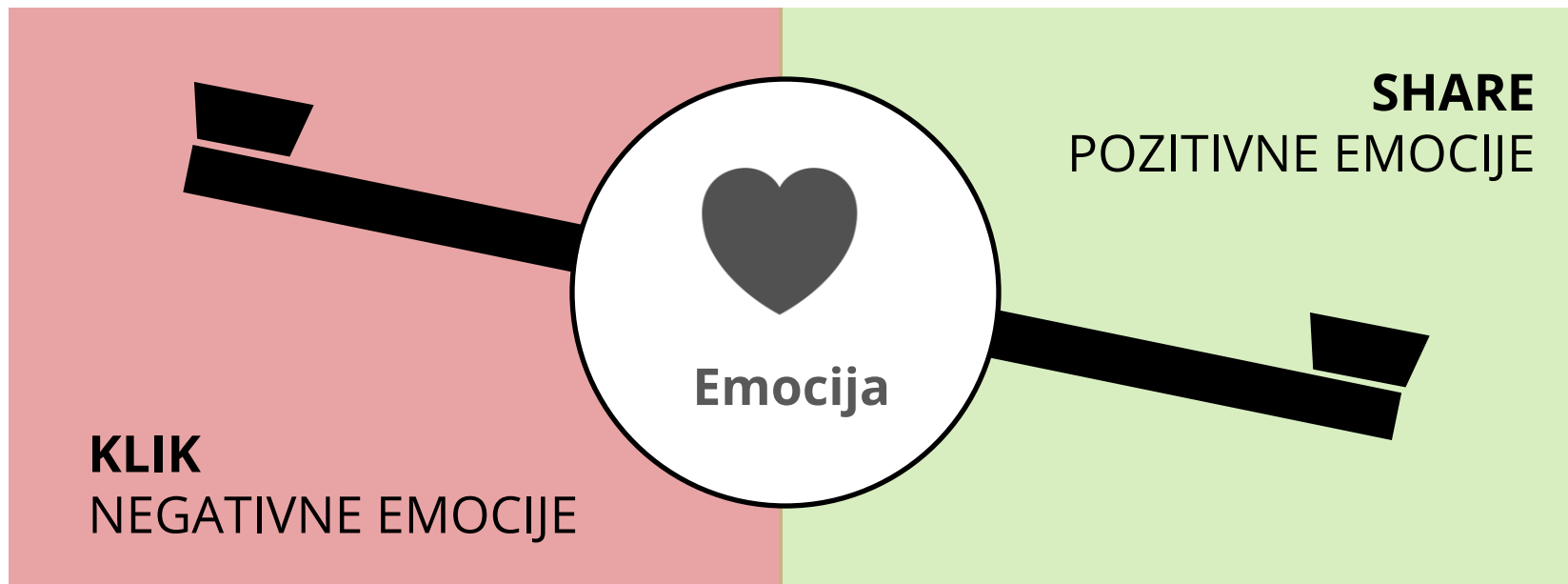
 Share

Emocija	Tekst oglasa	Click rate %	Share rate %	Like rate %
Prihvatanje i iznenađenje	10 razloga zbog kojih su mačke najbolji ljubimci. Nećete verovati koji je razlog broj 6.	5,1	<b>0,22</b>	0,14
Prihvatanje	10 razloga zašto su mačke bolje od pasa.	4,7	0	0,18
Bes	10 razloga zbog čega ne treba imati mačku.	<b>5,4</b>	0	0
Ponos	10 razloga zbog kojih bi trebalo da se zabavljate sa vlasnikom mačke.	2,4	0	0.1





# KAKO MOTIVISATI KORISNIKA DA KLIKNE LINK?





**OD KLIKA DO DOWNLOADA**



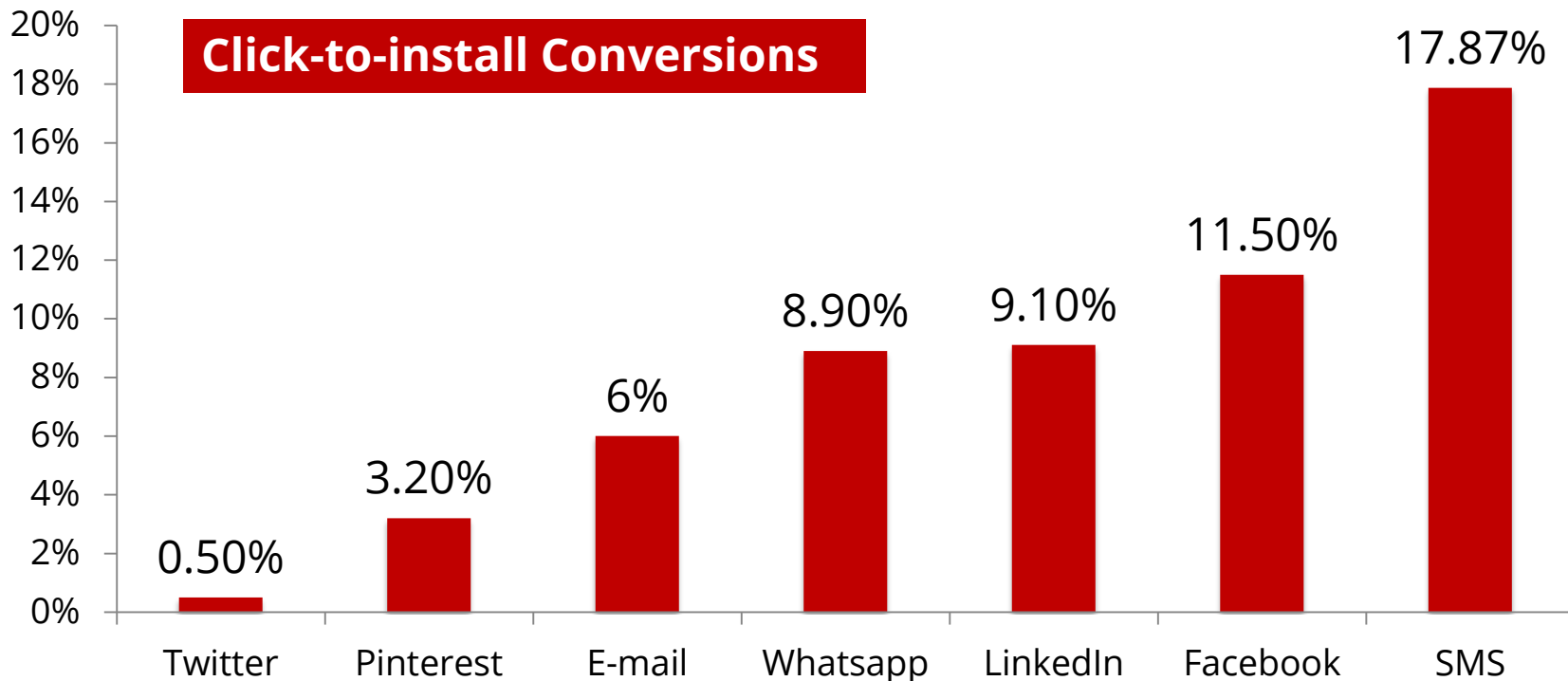
## OD KLIKA NA LINK DO DOWNLOADA

### **Problemi:**

Atribucija i kontekst korisnika se gube.

### **Rešenje:**

Integracija 3rd party sistema (mobile app SDK) za [mobile deep linking](#) koji nudi ove funkcionalnosti.

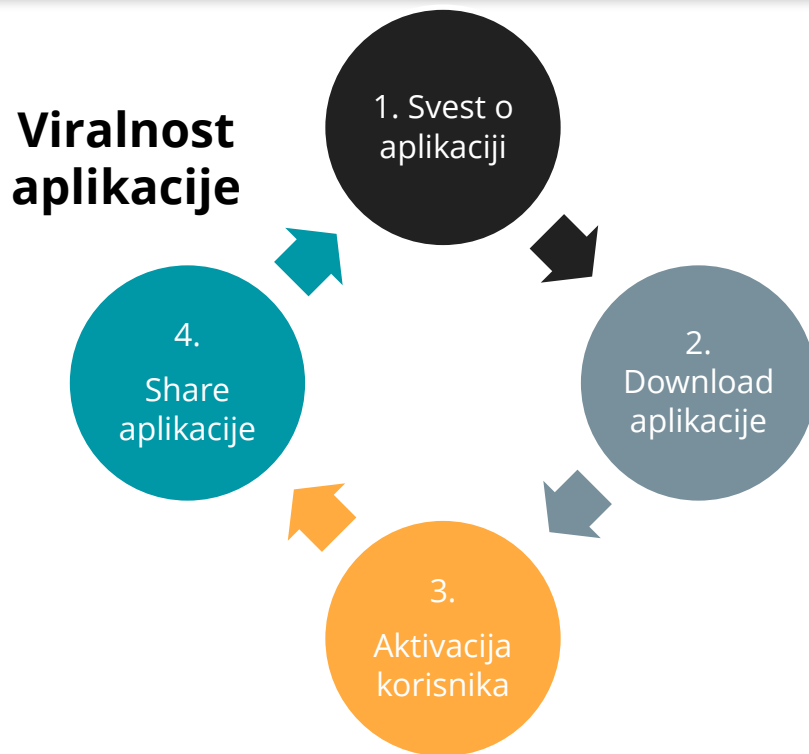




# AKTIVACIJA KORISNIKA



## CIKLUS





## KRIVA NIVOVA AKTIVNOSTI KORISNIKA MOBILNE APLIKACIJE



## KAKO SE RAČUNA VIRALNOST?

### **K-FAKTOR**

Viralni rast korisnika mobilne aplikacije po jednom korisniku.

**Broj koji predstavlja informaciju koliko je jedan korisnik doveo novih korisnika**

$$K = i * c$$

i- broj invite-ova koje je poslao jedan korisnik

C – procenat konverzije svakog invite-a



# HVALA VAM NA PAŽNJI



## ALEKSANDAR PETKOVIĆ

**DIGITAL STRATEGIST**

Branch Metrics, San Francisco, USA

[www.branch.io](http://www.branch.io)

[www.aleksandarpetkovic.com](http://www.aleksandarpetkovic.com)



MblnMrktng  
fivewho