

コラム「RankingTubeアプリはなぜ3日でランキング圏外から1位になったのか」

先日当社がリリースしたYouTubeビューワーiPhoneアプリ「RankingTube」が好評だ。
大変ありがたいことに、現在総合無料ランキング1位になっている。(10月24日現在)

しかし、最初からたくさんダウンロードされたわけではない。

発売日の順位は、エンターテインメントカテゴリーで70位、その後はズルズルと落ちて4日後には90位に下がってしまった。当然、総合ランキングには入っておらず「ランキング圏外」であった。

私はアプリが成功するためには以下の3つが重要だと考えている。

- どの顧客セグメントを狙うか
- どのような製品コンセプトにするか
- コミュニケーションの方法

今回のアプリの場合は、YouTubeを利用している人という、大きな潜在顧客層をターゲットに、手軽にYouTubeのランキングを閲覧できるというコンセプトを伝えて、お客様にダウンロードをしていただく。

ダウンロードされない要因は様々考えられたが、潜在顧客は非常に多く、製品も良い出来であったため、おそらくコミュニケーションに問題がありそうだと判断した。

コミュニケーションとは、マーケティングの4要素の一つである。お客様に情報が正しく伝わっていないことで、ダウンロードに繋がっていないと仮説を立てた。

当初の説明文はこれだ。

「RankingTubeは世界各国のYouTube動画ランキングに手軽にアクセスするためのアプリです。
カテゴリーごとにランキングを表示しますので、手早くお好みの動画にアクセスできます。
自国はもちろん、世界23カ国の人気動画を見ることが可能です。
YouTubeネイティブアプリでは再生できない、高画質なHQ動画を表示できます。」

機能の説明に漏れはないし、悪くはないが、「製品の売り」が伝わりづらい。
そこで、このアプリの紹介文を、このアプリの一番のセールスポイントである「YouTubeより使いやすい」というポイントに絞り、以下のように変更した。

「YouTubeオリジナルアプリを使いづらいと感じたことはありませんか？
RankingTubeはYouTubeアプリを見やすく改良したアプリです。
YouTube動画をカテゴリーごとにランキング形式で表示します。
動画の検索も可能です。

自国はもちろん、世界23カ国の人気動画を見ることが可能です。
HQ動画にも対応し、高画質な映像を御覧いただけます。

RankingTubeでより楽しいYouTubeライフをお楽しみください！」

結果はすぐに現れた。
説明文を変更した直後からダウンロード数は急増し、エンターテインメントカテゴリー90位だったのが翌日には27位に、2日後にはエンターテインメント8位、総合16位、3日後にはエンターテインメント1位、総合も1位と順位が急増した。

どれだけ良い製品を開発できても、コミュニケーションを失敗するとダウンロードされない。
どのような業界にも当てはまることであるが、改めてマーケティングの重要性を感じた。

もしご自分の製品のダウンロード数が少ないとお嘆きの開発者の方がいらっしゃったら、実は理由はここにあるのかもしれない。

サムライ・インターナショナルLLC 代表 岡田

■製品概要

名称 :RankingTube

販売サイト:iTunes

発売開始日:平成22年10月15日

販売料金 :無料

対応端末 :iPhone, iPod touch

公式サイト: <http://www.samurai-international.jp/2010/10/rankingtube-for-iphone/>

iTunes URL: <http://itunes.apple.com/jp/app/rankingtube/id396885284>

■お問い合わせ

サムライ・インターナショナルLLC 岡田

Tel:03-5799-6988 Email: info@samurai-international.jp