

КАК СОЗДАТЬ МОБИЛЬНОЕ ПРИЛОЖЕНИЕ И ЗАРАБАТЫВАТЬ ОТ \$10,000 В МЕСЯЦ

ЕСЛИ ВЫ НАЧИНАЮЩИЙ РАЗРАБОТЧИК
ИЛИ ВООБЩЕ НИЧЕГО В ЭТОМ НЕ ПОНИМАЕТЕ



АЛЕКСАНДР ПОПОВ

Александр Попов

**Как создать мобильное
приложение и зарабатывать
от 10000\$ в месяц, если вы
начинающий разработчик
или вообще ничего
в этом не понимаете**

«Автор»

2023

Попов А. Е.

Как создать мобильное приложение и зарабатывать от 10000\$ в месяц, если вы начинающий разработчик или вообще ничего в этом не понимаете / А. Е. Попов — «Автор», 2023

Эта книга предназначена для тех, кто делает первые шаги в мире разработки мобильных приложений или только планирует начать. Независимо от того, стремитесь ли вы создать приложение для себя или рассматриваете его как бизнес-проект, данное пособие окажется полезным. Оно особенно рекомендуется для начинающих и инди-разработчиков, работающих без команды профессионалов и имеющих ограниченный бюджет на обучение. Автор книги, не являясь профессиональным разработчиком, успешно прошел путь от идеи до реализации и монетизации 10 своих приложений. На страницах пособия он щедро делится накопленным опытом и знаниями, предлагает практические советы и раскрывает секреты, которые помогут новичкам сэкономить время и ресурсы. «Ценность данной книги как минимум несколько тысяч долларов, так как всего один совет поможет вам либо избежать потерь, либо заработать тысячи и десятки тысяч долларов, сделав то, что не делают ваши конкуренты».

© Попов А. Е., 2023

© Автор, 2023

Содержание

Об авторе	5
Введение	6
Зачем вам это нужно?	7
Почему мобильные приложения – это один из лучших активов 21 века?	9
Перспективы развития индустрии мобильных приложений	10
Как создать приложение, если вы вообще ничего в этом не понимаете и у вас нет денег, но есть желание!	11
Язык программирования, какой выбрать?	12
Где заказывать разработку: компании, фрилансеры, своя команда	14
Конец ознакомительного фрагмента.	16

Александр Попов

Как создать мобильное приложение и зарабатывать от 10000\$ в месяц, если вы начинающий разработчик или вообще ничего в этом не понимаете

Об авторе

Я не являюсь экспертом в области мобильных приложений, я не разработчик, у меня нет 10 лет опыта в сфере дизайна или маркетинга, я не учился на программиста, я обычный инженер-механик в нефтегазовой отрасли и вообще был далек от бизнеса, тем более сферы IT. Но всего за один год я сумел создать 10 мобильных приложений, часть из которых вышли на доход в несколько тысяч долларов в месяц. Как говорил мой бывший начальник из Ирландии, главное, не сколько у тебя лет опыта, а что ты сделал и изучил за это время, то есть человек с опытом два года может знать и уметь больше человека, у которого 10 лет опыта. И я с этим полностью согласен. К примеру, за последние два года я прочитал 34 книги, прошел 14 курсов, потратил несколько тысяч долларов на свое обучение, а уж сколько я всего перечитал на просторах интернета, наберется еще книг на 20 точно! Как говорит Илон Маск, «Если вы решили что-то сделать и вам нужно для этого 10 лет, попробуйте сделать это за один год, скорее всего, вы не сможете, но будете значительно ближе к своей цели».

Введение

Данная книга написана с целью помочь всем, кто уже имеет мобильное приложение или только мечтает его создать, не важно, делаете ли вы его для себя или рассматриваете как бизнес. Книга будет полезна прежде всего новичкам и инди-разработчикам, у которых нет рядом команды профессионалов и которые не могут потратить много денег на свое обучение.

Когда я впервые задумался о создании своего приложения, я даже понятия не имел о том, что его можно монетизировать и сколько вообще можно на этом зарабатывать. Я был полный ноль, но я понимал, что мне это определенно нравится. Я перечитал все, что есть в интернете, но никак не мог найти то, что мне нужно, в одном месте. На разных сайтах были какие-то отдельные темы о мобильных приложениях, но никто не покрывал все от и до. Я тыкался как слепой котенок, набивая шишки. У меня сложилось такое мнение, что те, кто создал успешные приложения, тихонько зарабатывают миллионы и никому ничего не рассказывают...

В этой книге я постараюсь это исправить, расскажу, с какими трудностями пришлось столкнуться на всех этапах создания своих приложений, сколько что стоило, а также покажу фишки, о которых вы точно не знали. Ценность данной книги как минимум несколько тысяч долларов, так как всего один совет поможет вам либо избежать потерь, либо заработать тысячи и десятки тысяч долларов, сделав то, что не делают ваши конкуренты!

Вы спросите, зачем мне это нужно? Вы скажете, что это все уже не работает, поэтому я и рассказываю!?! На самом деле я просто за честный бизнес и здоровую конкуренцию! Мне не очень приятно видеть, что в ТОПах находятся в основном приложения крупных компаний, у которых есть большие бюджеты, чтобы использовать всевозможные способы продвижения, и конкурировать с ними очень трудно. Я хочу, чтобы у каждого простого человека была возможность хоть как-то к ним приблизиться благодаря знаниям, полученным из данной книги.

Зачем вам это нужно?

Чтобы понять это ответьте себе на несколько простых вопросов:

- Зачем мне создавать мобильное приложение?
- Кто моя целевая аудитория и какую проблему решает приложение?
- В каких странах я бы хотел запустить это приложение?

На самом деле эти вопросы очень емкие, и их можно разделить еще на несколько. Давайте сразу приведем несколько примеров, для чего может понадобиться создавать мобильное приложение:

– У вас просто есть деньги, и вы хотите **создать еще один источник дохода** и рассматриваете мобильные **приложения/игры исключительно как бизнес**, то есть вам совершенно не важно, какие это будут приложения/игры, вас **интересует, какой доход они будут приносить**.

– У вас интернет-магазин, такси, бронирование отелей или любой другой бизнес, и вы хотите **повысить продажи**, имидж компании или иметь непрерывную связь с клиентом, так как телефон всегда в кармане.

– Вы фитнес-тренер и хотите сделать фитнес-приложение для ваших клиентов, а также для всех желающих поддерживать свое тело в хорошей физической форме. Вы можете рассматривать это как **дополнительный источник дохода**, так и **возможность помочь другим людям вести здоровый образ жизни**.

– Вы тренер по плаванию и хотите создать мобильное приложение **для своих тренировок**. Здесь действительно нужно посмотреть, а нужно ли вам создавать свое приложение, возможно, уже есть что-то подобное, и вы просто можете его использовать.

– Даже если вы сами разработчик, то все равно четко должны для себя понимать, что вы хотите. Думаю, в 99 % случаев это все-таки будет **дополнительный источник дохода**. Кстати, как раз индивидуальным разработчикам эта книга и будет наиболее полезна...

После того как вы поняли для себя, зачем вам нужно свое мобильное приложение/игра, вы должны определить, какова ваша целевая аудитория и какую проблему решает приложение/игра.

Как мы уже поняли, вариант дополнительного дохода или приложения как бизнес является наиболее распространенным, то есть вам не важно, что это будет за приложение, главное, чтобы оно приносило деньги. В этом случае вам необходимо определиться, в какой вообще нише лучше его создавать, для какой аудитории, в каких странах запускать и т. д.

Чтобы определить нишу, нужно понимать, сколько в вашей нише брендового и не брендового трафика. Что это значит? Согласно одному исследованию, около 60–70 % всех установок приложений идет из поиска Apple Store и Google Play Market. То есть, если вы хотите установить приложение для фитнеса, то вы идете в магазин и пишете в поисковой строке ключевое слово «фитнес», а затем устанавливаете, скорее всего, что-то из ТОП-5. Вот по таким ключевым словам, как «фитнес», и можно определить, брендовый это трафик или нет. Для приложений по фитнесу брендовый трафик будет идти под ключами: Nike, Adidas, Fitness+, MyFitnessPal и т. д., а не брендовый: фитнес: тренировки, пресс, упражнения, ягодыицы и т. д. То есть если вы хотите создать приложение по фитнесу, рассчитанное на весь мир, посмотрите вначале, какой процент брендового трафика в этой нише и кто ваши конкуренты. В общем, если говорить про нишу фитнеса, это одна из самых высококонкурентных ниш с большим количеством брендового трафика, и вам понадобится огромный бюджет и время, чтобы пробиться даже в ТОП-10. Но и здесь вы должны понимать, что если человек ищет по слову Nike,

то даже если ваш продукт находится в поиске выше приложения Nike, он, скорее всего, все равно скачает именно Nike, а не ваше приложение.

Следующий очень важный момент, который вам стоит учесть, это сложность разработки самого приложения и создание контента. Давайте сразу начнем с примера: вы считаете, что сейчас очень популярны приложения по медитации, расслаблению, снятию стресса. Да, бесспорно! Но теперь подумайте, что нужно для создания качественного приложения в этой нише? Успокаивающие мелодии, звуки, музыка, а где вы это все возьмете, сколько будет стоить лицензия, как разделить это все по категориям и по каким, как перевести все это на разные языки, если вы хотите масштабировать на другие страны и т. д. То есть всегда смотрите, насколько легко и быстро можно создать контент для вашего приложения, в идеале лучше вообще выбрать приложения без контента для ваших первых проектов. Но и здесь вы должны понимать, что как раз качественный контент и создает ценность, вряд ли вы сможете продавать калькулятор, сканер QR-кодов или конвертер валют по подписке в 50\$.

Первым моим проектом была раскраска антистресс ColorRing, разумеется, обо всем, что я написал выше, я еще не знал, и, как позже оказалось, в этом проекте мне пришлось столкнуться со всем: это и сложность в разработке, и создание контента, а именно более 5000 векторных картинок, которые должны быть еще и подготовлены специальным образом под алгоритм приложения, и лицензирование всего этого контента, за что мне в последствии пришлось заплатить очень немаленькую сумму. На саму разработку ушло более года работы двух разработчиков, иногда подключался и третий. И здесь сразу дам один совет: не лезьте во все, что связано с графикой, если вы в этом ничего не понимаете ☺. Это очень сложно технически и требует высокой квалификации разработчиков.

Еще хотелось бы сказать о самой идее приложения и целевой аудитории: если вы все-таки рассматриваете приложение как бизнес, то должны ориентировать его на массы. Почему так популярны казуальные игры-времяубивалки? Они ориентированы на любой пол, возраст, демографию и интересы, и вы можете привлечь хоть миллиард пользователей. Если же вы делаете приложение для серферов, то должны понимать, что миллионы скачиваний вы не получите никогда. Но, возможно, вам это и не нужно, вы можете собрать свою аудиторию, к примеру, 50,000 пользователей, это будет лояльная аудитория с высоким LTV (Lifetime Value), которая будет приносить вам желаемый доход.

Разумеется, еще перед созданием приложения вы должны понимать и математику дохода, то есть какую прибыль вы можете получить и сколько для этого нужно вложить. Об этом мы будем говорить более подробно в главе про монетизацию и рекламу.

Почему мобильные приложения – это один из лучших активов 21 века?

Что такое актив? Если говорить просто, актив – это то, что приносит вам доход. Активом может быть магазин, завод, дом (если сдается в аренду), гостиница, книга, музыкальный альбом, патент, ценные бумаги, вебсайт, мобильное приложение, интернет-магазин и многое другое.

Так как эта книга посвящена мобильным приложениям, то давайте рассмотрим основные плюсы и минусы мобильных приложений по сравнению с другими активами, такими как, например, недвижимость или магазин.

Плюсы:

– Это цифровой актив, нет ничего физического, что можно потрогать, что может сгореть или быть разрушено от землетрясения или извержения вулкана.

– Возможность позволить себе работать в любой точке мира, вся команда может быть разбросана по разным уголкам планеты, все, что нужно для работы – это компьютер и интернет.

– Налоговая оптимизация. Так как вы можете жить и работать в любой точке мира и ваша компания не привязана к какой-либо стране, вы можете выбрать наиболее лояльную к налогообложению страну для открытия вашей IT-компании.

– На всю планету есть всего два основных магазина приложений, это Apple Store и Google Play Market, и вы можете продавать свой продукт кому угодно, хоть президенту.

– Скорость операции Покупка-Продажа: буквально за считанные секунды покупатель получает товар, то есть приложение, а вы оплату. За это я просто обожаю приложения: никакой доставки, почты, складов, курьеров, продавцов, обработок, и т. д. Даже когда вы спите, магазин работает.

– Высокая маржинальность, то есть из 100 % полученного дохода Apple и Google забирают от 15 до 30 %, дальше, конечно, все уже зависит от вашей бизнес-модели, но при грамотной организации 20–50 % чистой прибыли у вас может остаться.

Минусы:

– Мобильное приложение нельзя считать источником пассивного дохода, как акции или облигации, технологии постоянно совершенствуются, конкуренты не спят, и вам приходится постоянно что-то улучшать, анализировать, менять, чтобы оставаться конкурентоспособным.

– Вас всегда могут взломать хакеры, украсть персональные данные клиентов и нанести вред вашей репутации.

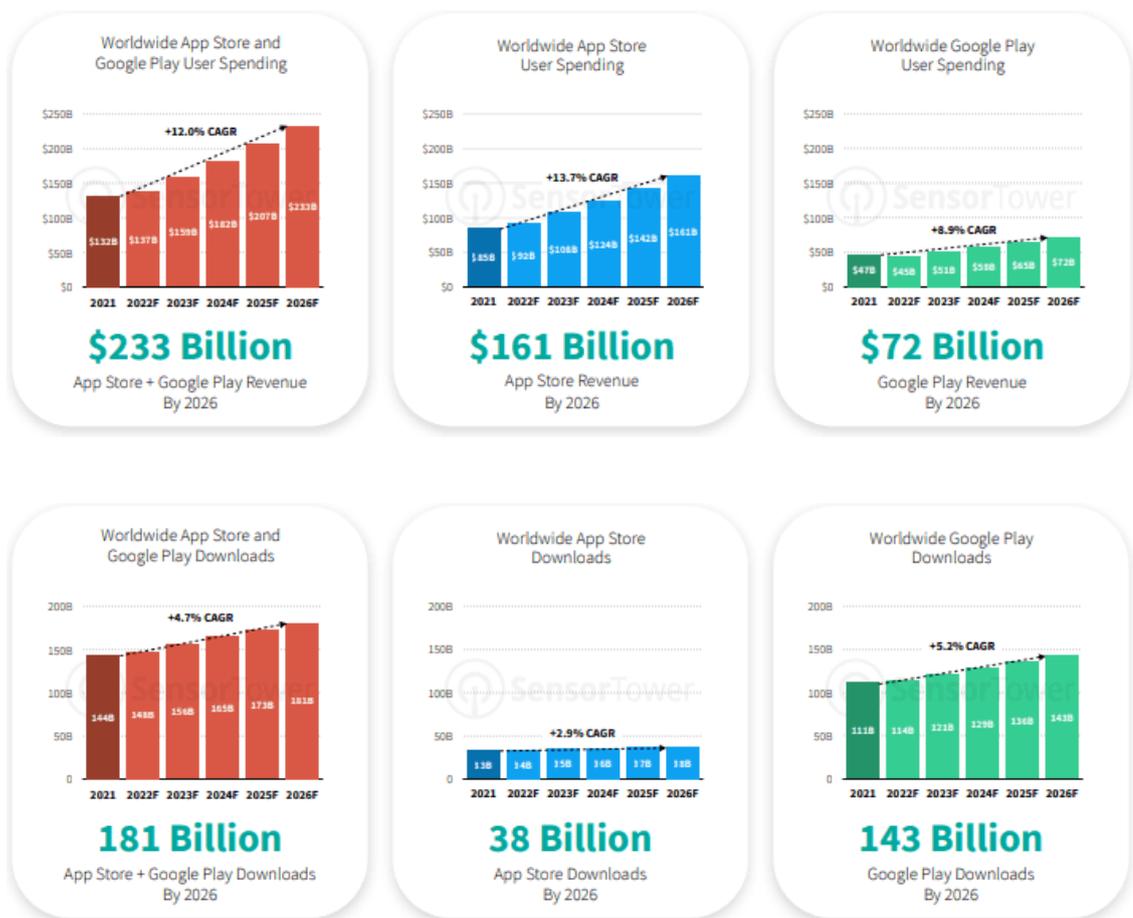
– Сложность и дороговизна продвижения в ТОПы в существующих реалиях.

В общем, думаю, вы поняли, что мобильные приложения как бизнес очень интересный вариант, который можно попробовать как отдельно, так и в качестве диверсификации ваших активов.

Перспективы развития индустрии мобильных приложений

Согласно отчету Sensor Tower, к 2026 году глобальные расходы на мобильные приложения достигнут 233 миллиардов долларов. На App Store будет приходиться 161 миллиард долларов при годовом росте 13,7 %, а в Google Play – 72 миллиарда долларов с годовым ростом на 8,9 %.

Я думаю, здесь не стоит много говорить, все и так понимают масштаб рынка мобильных приложений, давайте просто посмотрим на графики ниже. Если вам интересны более детальные данные по регионам, прочитайте отчет, перейдя по ссылке, приведенной под графиками.



Sensor-Tower-2022–2026-Market-Forecast.pdf (sensortower.com)

Как создать приложение, если вы вообще ничего в этом не понимаете и у вас нет денег, но есть желание!

Если вы действительно в том самом положении, когда у вас нет денег, вы не разработчик, не дизайнер и не маркетолог, но у вас есть огромное желание сделать свое собственное приложение и вывести его в ТОП, то решение тоже есть.

Прежде всего, настройтесь на то, что будет нелегко, придется изучить очень много всего нового, набить шишки, но, к счастью, теперь у вас в руках есть эта книга, и шишек вы уж наверняка набьете меньше.

Предположим, что у вас уже есть какая-то идея мобильного приложения, осталось собрать команду, которая ее реализует. Самая минимальная команда должна состоять из разработчика, дизайнера и маркетолога. Если у вас нет денег от слова СОВСЕМ, то есть парочка идей, как же все реализовать.

Первый вариант – это найти партнеров, спросите друзей или обратитесь к сайту фриланса, подпишите партнерское соглашение о разделении долей и ролях каждого в проекте. К примеру, ваша команда это вы, разработчик, дизайнер и маркетолог, каждому принадлежит 25 % от доли участия в проекте. Если вы настроены серьезно, то я бы предложил обратиться к юристу для оформления такого партнерского соглашения, чтобы сразу на берегу обо всем договориться.

Второй вариант – это привлечь инвестора. Самое простое, это может быть тот, кого вы уже хорошо знаете: ваши друзья, знакомые, родители. Если никто не хочет давать вам деньги, то есть вариант выйти на краудфандинг или обратиться к бизнес-ангелам, для этого вам потребуется сделать хоть какой-то бизнес-план, презентацию, подготовить любые материалы, которые могут помочь убедить инвесторов дать вам деньги.

К примеру, у меня есть проекты, которые принадлежат мне на 100 %, и есть проекты, где я являюсь партнером с долей в 30 %.

Возможно, многим стало интересно, зачем в команде маркетолог, да еще и с самого начала проекта!? Дизайнер и разработчик вроде бы понятно, без разработчика вообще ничего не сделать, дизайнер тоже нужен, подробнее об этом мы будем говорить в главе «UI/UX». Ваша маркетинговая стратегия должна быть продумана еще на этапе идеи, понятно, что она потом еще много раз может и будет меняться, но какая-то гипотеза у вас обязательно должна быть, мы поговорим и об этом в главе про монетизацию. Также я считаю, что в разработке дизайна и текстов на всех экранах и кнопках обязательно должен участвовать маркетолог. Простой пример: какого цвета сделать кнопку КУПИТЬ/ПОЛУЧИТЬ? Дизайнер может сделать ее красной, но грамотный маркетолог обязательно скажет, что так делать нельзя, красный цвет на подсознательном уровне говорит человеку СТОП, а зеленый ВПЕРЕД! Учтите только, что в Китае и некоторых других азиатских странах наоборот! То же касается текстов, особенно связанных с покупками, – их должен писать маркетолог, а дизайнер просто красиво оформлять. В общем, маркетолог – это обязательный человек при разработке дизайна приложения, если вы хотите иметь хорошую конверсию в покупку. Кто-то скажет: так это же работа UX-инженера – продумывать, где какая кнопка должна быть и как вести человека к покупке, для этого и существует прототипирование и wireframing! Согласен, если у вас есть еще и такой человек с хорошими знаниями маркетинга, это будет супер! О том, что такое wireframing, нужен ли он и зачем, мы еще поговорим...

Язык программирования, какой выбрать?

Эта тема обсуждается в интернете уже как вопрос «В чем же счастье?», ну то есть однозначного ответа нет. Давайте рассмотрим основные плюсы и минусы каждого подхода, а выбирать каждый будет уже сам.

Что значит нативные приложения? Это значит, что приложение написано на нативном (от англ. native – родной, естественный) языке программирования, для iOS это Swift и Objective-C, а для Android это Java, Kotlin и другие менее популярные. Наиболее распространенные кроссплатформенные фреймворки и средства разработки это React Native, Flutter, Ionic, Cordova, Unity и другие.

Преимущества нативных приложений:

- Нативные приложения максимально эффективно используют ресурсы и возможности платформы, за счет чего можно обеспечить более эффективную интеграцию с аппаратными функциями устройств, таких как камера, микрофон, Bluetooth, NFC, GPS, акселерометр, гироскоп и т. д.
- Нативные приложения имеют возможность работать в автономном режиме.
- Высокая производительность, да, кроссплатформенное приложение никогда не будет работать так же быстро, как нативное (хотя... технологии не стоят на месте).

Недостатки нативных приложений:

- Разработка нативных приложений занимает больше времени, чем кроссплатформенных приложений.
- Нативные приложения дороже, чем кроссплатформенные, так как программистам приходится разрабатывать отдельное приложение для каждой платформы.
- Скорее всего, дизайнеру придется адаптировать дизайн под обе платформы.

Преимущества кроссплатформенных приложений:

- Пишутся сразу под две операционные системы, не требуется несколько языков.
- Высокая скорость разработки и визуальная схожесть продукта с нативом.
- Кроссплатформенные приложения дешевле в плане разработки и обслуживания.

Недостатки кроссплатформенных приложений:

- Кроссплатформенные приложения не могут использовать встроенные функции устройства, поскольку они имеют ограниченный доступ к API.
- Кроссплатформенные приложения часто страдают от проблем с производительностью, особенно при отсутствии интернета.
- Ограниченность в отношении визуализации и анимации по сравнению с нативом.
- Долгое время загрузки приложения, худшая отзывчивость и пользовательский опыт по сравнению с нативом.

Что касается игр, то это отдельная тема, разумеется, здесь вам не обойтись без какого-то движка типа Unity или Unreal Engine.

Каждая технология имеет свои преимущества и недостатки. Нативные приложения кажутся намного лучше с точки зрения производительности и пользовательского опыта. Малый бизнес и B2B выбирают, как правило, кроссплатформенный вариант из-за ограниченного бюджета и времени создания готового продукта.

Для вас важно выбрать платформу, которая будет отвечать вашим потребностям и целевой аудитории.

У меня есть приложения на React Native, Swift, Unity, Kotlin, и я могу сказать однозначно, что я только за нативные (игры не в счет)! Пользовательский опыт для нас самое главное, приложение должно открываться мгновенно, все должно работать максимально быстро и отзывчиво. Пользователь не видит, на каком языке написано приложение, но, поверьте, он это почувствует...

Где заказывать разработку: компании, фрилансеры, своя команда

Про вариант создания своей команды партнеров, когда у вас вообще нет денег, мы уже ранее говорили, у вас есть разработчик, дизайнер и, возможно, даже маркетолог, и в этом случае вопрос, где заказывать разработку, для вас решен.

А теперь давайте рассмотрим несколько других вариантов:

1. Вы – частное лицо или малый бизнес, и у вас есть около \$10,000.
2. Вы – частное лицо или малый бизнес, и у вас есть значительно больше \$10,000, к примеру, \$30,000–50,000.
3. Вы сами являетесь разработчиком, у которого особо нет денег, но и команду собирать вы не хотите и делить прибыль не хотите тоже, вы ведь и так все умеете сами!
4. Вы – крупный бизнес, то есть вы наверняка можете потратить более 100,000\$ на разработку приложения.

Давайте вначале рассмотрим малый бизнес. Если вы делаете единичное приложение, к примеру, для своего интернет-магазина, ресторана, такси или службы доставки еды и не планируете заниматься приложениями как бизнесом, то совет здесь один и однозначный: обратитесь в компанию по разработке! Мы не будем долго говорить о том, как выбрать такую компанию, есть сайты с рейтингами, можно поспрашивать друзей и знакомых, почитать отзывы. Обратитесь сразу в несколько компаний, посетите их офисы в своем городе, расскажите о своей идее, попросите сделать смету и сравните стоимость, скорее всего, она будет отличаться в разы. Внимательно изучите, что входит в стоимость, все ли там есть, что вам нужно. Не забывайте про дальнейшую поддержку, она будет нужна постоянно, и компания должна ее предоставлять! Также посмотрите уже реализованные проекты компаний, смотрите не то, что они вам показывают, а сами установите эти приложения из магазина и поюзайте. Можете даже связаться с бывшими заказчиками и попросить их поделиться своими впечатлениями о сотрудничестве с компанией-разработчиком.

Помню, обращался в одну компанию – потрясающий сайт, приветливый менеджер, реализовано более 10 проектов, выглядит все ну просто супер, но когда я захотел установить их приложения, то понял, что в магазинах нет ни одного! На вопрос менеджеру, а почему так, мне ответили, что заказчики сами убрали их из магазина, а почему – они не знают. Я не стал вдаваться в детали, но это меня сильно насторожило!

Давайте рассмотрим преимущества и недостатки работы с компаниями по разработке приложений.

Преимущества:

– Надежность. Если обращаться в хорошую компанию, то вы сохраните себе много нервов и времени, а возможно, и денег.

– Как правило, нет необходимости составлять какое-то детальное техническое задание, вы просто можете прийти со своей идеей, объяснить на пальцах, что вы хотите, и грамотные специалисты помогут вам на всех этапах разработки приложения.

– Качество кода. Если вам удалось выстроить долгосрочные партнерские отношения с какой-то компанией, которая разработала ваше приложение и оказывает дальнейшую поддержку, она может обеспечить вам качество кода за счет того, что над приложением будет работать один и тот же разработчик или одна и та же команда.

– Как правило, надежные компании могут предоставить квалифицированных специалистов, но и ценник будет соответствующий.

Недостатки:

– Отсутствие контроля над командой. Делегируя задачи другой компании, вы лишаетесь возможности лично контролировать их исполнение, но, возможно, вам это и не нужно, так что это может быть как минус, так и плюс.

– Стоимость работ. Если сравнивать с заказом разработки у фрилансеров, то заказывать через компании выйдет в несколько раз дороже, может быть, даже в 10–15 раз!

– Если вы планируете строить бизнес на мобильных приложениях и создавать их одно за другим или вообще осуществлять сразу несколько проектов, как это было у меня, то вариант с компаниями по разработке не лучший. Это будет ну прям очень дорого и вряд ли вы сможете окупить ваши вложения, и это при очень низкой оперативности работы. Иногда вам нужно изменить быстро какую-то мелочь или исправить мелкий баг, а ждать придется несколько дней.

Если говорить о крупной компании, которая также не рассматривает приложения как бизнес, а разрабатывает исключительно для уже имеющегося бизнеса, то вариант аналогичен описанному выше – обращаемся в компанию по разработке!

А теперь давайте рассмотрим вариант, при котором у вас есть около 10,000\$ и более, вы делаете приложения для себя и рассматриваете это как ваш будущий бизнес, который позволит вам уволиться с наемной работы, или просто как вариант диверсификации для других ваших активов. Слава богу, теперь вы уже знаете, что такое брендовый и не брендовый трафик, в какие ниши стоит идти, а в какие нет, какие подводные камни вас ждут при выборе приложения со сложным и объемным контентом и так далее. Я был полный ноль и решил, что сейчас я сам найду на сайте фриланса разработчика и дизайнера и все реализую. Как вы уже знаете, я начал с приложения раскраски ColorRing, что оказалось очень сложной задачей. Не буду долго рассказывать, что да как, скажу только, что я потерял восемь месяцев и 6,000\$, это включая еще два других проекта, которые шли параллельно. В общем, меня просто кинули. Это был хороший опыт, который меня многому научил, и я с удовольствием им поделюсь с вами в этой книге, чтобы вы не теряли деньги и время!

Я дам вам несколько рекомендаций, как выбирать фрилансеров и дальше с ними работать:

– Начинайте работать только через биржу фриланса, оплата и общение только там! Да, биржа берет свой процент, но, поверьте, экономия может обернуться вам боком, как это вышло у меня.

– При выборе фрилансера внимательно изучайте его работы, опыт, рейтинг, отзывы, как я уже ранее говорил, установите его приложения и посмотрите, как они были реализованы. Помню, установил штук пять приложений одного разработчика, и они все были такие глючные, баг на баге, хотели бы вы такое приложение?

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.