

HÀO SÁNG TẬN TÌNH: SỐNG KHỎE MẠNH, GIÚP ĐỠ MỌI NGƯỜI, KIẾM THU NHẬP



THÔNG TIN NHANH

Họ là ai:

- Szymon Klimaszewski
- Ba Lan

Mục tiêu:

- Giúp mọi người theo dõi và quản lý chứng tăng huyết áp
- Biến sở thích riêng thành nghề nghiệp
- Kiếm thu nhập mà không làm gián đoạn trải nghiệm người dùng
- Liên tục cải thiện trải nghiệm người dùng

Phương pháp tiếp cận:

- Đã tạo "Blood Pressure" và các ứng dụng hướng đến sức khỏe khác
- Đã hiển thị quảng cáo biểu ngữ không phô trương trên ứng dụng
- Đã sử dụng Google Analytics để liên tục cải thiện trải nghiệm người dùng

Kết quả:

- Đã kiếm được US\$700-850/tháng
- Đã đạt được tỷ lệ lắp đầy trung bình với AdMob là 99%
- eCPM ở mức ~\$1
- Di chuột CTR ở mức 2%

Khi Szymon Klimaszewski biết mình bị chứng tăng huyết áp, ông muốn tìm ra một cách hiệu quả và thông minh để kiểm soát chứng bệnh này, một cách mà ông có thể quản lý được.

Ông cần một phương pháp dễ dàng hơn để theo dõi huyết áp cũng như các chỉ báo quan trọng khác nhằm kiểm soát huyết áp và ông nghĩ những người khác cũng muốn làm điều đó. Chứng mất ngủ và kỹ năng viết mã tạo thuận lợi cho ông. Ông bắt đầu viết ứng dụng từ nửa đêm đến sáng.

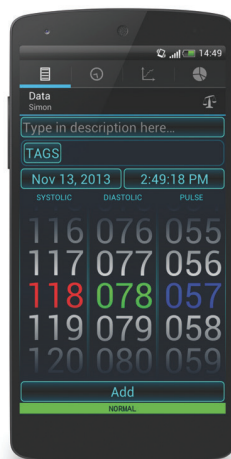
Klimaszewski nghĩ rằng phải có cách lưu số đo huyết áp tốt hơn lưu trong máy tính xách tay hoặc bảng tính, như hầu hết mọi người vẫn làm. Ông đã tạo ra ứng dụng Android, "Blood Pressure", để giải quyết vấn đề này. Ứng dụng cho phép mọi người dễ dàng theo dõi, chỉnh sửa, mô tả, phân tích, lọc và xem các vấn đề về chứng tăng huyết áp thông qua biểu đồ tương tác. Người dùng thậm chí có thể gửi dữ liệu dạng điện tử ngay cho bác sĩ của mình.

Lướt theo làn sóng Android

Klimaszewski muốn ứng dụng phải thật trực quan bởi vì hầu hết người dùng đều là người lớn tuổi và nhiều người trong số họ không rành về công nghệ. Ông cũng muốn cung cấp ứng dụng miễn phí—mặc dù việc kiếm thêm thu nhập như là phần thưởng cho những đêm thức khuya để tạo "Blood Pressure" là viễn cảnh được chào đón.

Điểm quyết định đầu tiên là phát triển cho iOS hay cho Android. Klimaszewski đã chọn Android bởi vì Android là thị trường di động phát triển nhanh nhất và ông có thể thấy rõ rằng Android sẽ dẫn đầu trong tương lai.

Để kiếm tiền từ sự sáng tạo của mình, ông đã chuyển sang AdMob, nền tảng của Google dành cho nhà phát triển ứng dụng để kiếm doanh thu và quảng cáo ứng dụng của họ. Klimaszewski cho biết: "Ngay từ đầu, ứng dụng "Blood Pressure" đã được thiết kế là ứng dụng miễn phí với quảng cáo biểu ngữ. Trong số rất nhiều lựa chọn, AdMob có vẻ như đáng tin cậy, ổn định và có thể sinh lợi nhiều nhất. Sự thật đó đã được chứng minh."



“Ngay từ đầu, ứng dụng “Blood Pressure” đã được thiết kế là ứng dụng miễn phí với quảng cáo biểu ngữ. Trong số rất nhiều lựa chọn, AdMob có vẻ như đáng tin cậy, ổn định và có thể sinh lợi nhiều nhất. Sự thật đó đã được chứng minh.”
Szymon Klimaszewski

Tỷ lệ lấp đầy tuyệt vời, kết quả thật tuyệt vời

Dự cảm của ông là chính xác. Trong năm qua, tỷ lệ lấp đầy trung bình qua việc sử dụng AdMob đã cao hơn 99%. Di chuột giá mỗi nghìn lần hiển thị (eCPM) ở mức khoảng \$1 và tỷ lệ nhấp nằm ở mức xấp xỉ 2%. Doanh thu ổn định và có thể dự đoán trợ giúp rất nhiều trong việc lập kế hoạch và thiết kế mô hình kinh doanh bền vững cho ứng dụng và AdMob đã giúp Klimaszewski đạt được mục tiêu đó.

Ông đã thu được \$700–850 (USD) một tháng từ AdMob, mức thu nhập khá lớn ngay tại đất nước Ba Lan của mình. Trở thành nhà phát triển ứng dụng chưa phải là công việc toàn thời gian, nhưng ông hy vọng điều đó sẽ trở thành hiện thực trong tương lai gần và ông tự tin rằng mình đang đi đúng hướng.

Klimaszewski cũng đã tạo thêm hai ứng dụng Android: “Diabetes – Glucose Diary” và “Leg Workout”. Ông đã bắt đầu sử dụng Google Analytics để cải thiện trải nghiệm người dùng và biết được những người bị tăng huyết áp khác đang điều hướng trên ứng dụng của ông như thế nào để có thể liên tục cải thiện trải nghiệm của họ.

Gần đây, ông cũng đã bắt đầu thử nghiệm với quảng cáo chuyển tiếp, hiện đang được sử dụng trong phiên bản “Leg Workout” và “Blood Pressure” mới nhất. Ví dụ: Để làm cho quảng cáo chuyển tiếp ít bị can thiệp nhất có thể trong “Leg Workout”, ông hiển thị quảng cáo một lần cho mỗi phiên ứng dụng, khi người dùng hoàn thành tất cả bài tập hoặc nhấn nút tạm dừng. Với “Blood Pressure”, quảng cáo được hiển thị một lần cho mỗi phiên ứng dụng có sự chậm trễ 7 ngày sau khi cài đặt. Kết quả cuối cùng là Klimaszewski có thể kiếm thêm doanh thu, trong khi vẫn cung cấp trải nghiệm thú vị cho người dùng.

Klimaszewski cho biết: “Doanh thu từ AdMob tăng liên tục và người dùng không bị quấy rầy bởi quảng cáo xâm nhập—hai điều làm cho nhà phát triển cảm thấy hài lòng. Một điều khác làm cho nhà phát triển như tôi hài lòng là AdMob rất dễ sử dụng. Hầu như không mất thời gian để duy trì.”

