

mindbox

Исследование мобильных пушей

Click rate и доля подписок
в 18 индустриях.
На данных за 2024 год.

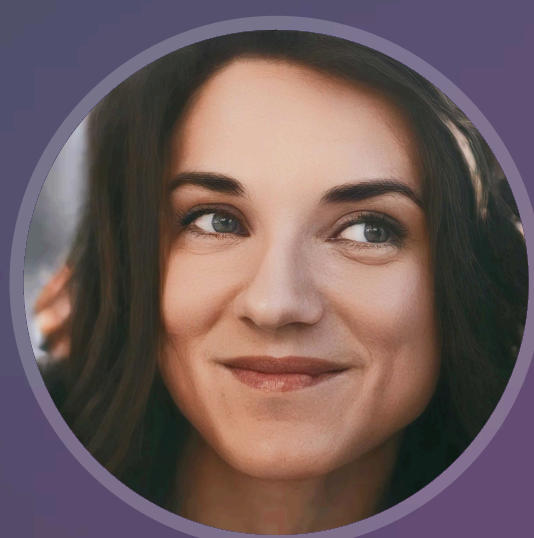


Вводное слово

Мобильные пуши становятся все более востребованным каналом. Так, на «черную пятницу» в 2024 году клиенты Mindbox отправили пушей больше, чем email-рассылок. Если вы тоже активно используете канал, это исследование поможет сделать его эффективнее.

Внутри — бенчмарки для click rate и доли подписчиков. Смотрим, как метрики отличаются на iOS и Android, как на них влияет автоматизация и рост базы. Помимо бенчмарков собрали лучшие практики рынка, которые повышают эффективность рассылок.

Исследование поможет по-новому взглянуть на свои мобильные коммуникации и найти гипотезы для роста.



Мила Реуцкая
Менеджер продукта
«Мобильные пуши»
в Mindbox

Исследование о влиянии рассылок на выручку бизнеса

Читать

18 индустрий

Одежда и обувь	Развлечения, медиа, соцсети	Автоиндустрия, транспорт, логистика
Спорт и фитнес	Мебель, товары для дома	Детские товары, материнство
Финансы	Рестораны и кафе	Смешанные товары и услуги*
Медицина	Продукты питания, табак	Техника и электроника
Кино	Косметика, гигиена	Доставка еды
Аптеки	Ювелирные товары	Туризм, бронирование билетов

*В категорию «смешанные услуги» относим маркетплейсы, классифайды, esom

Объект исследования

Мобильные пуши, которые клиенты Mindbox отправили с 1 января по 31 декабря 2024 года.

26,9 млрд

пушей, без тестовых
и транзакционных

185

компаний с 100+ тысячами
мобильных пушей в 2024 году

Предмет исследования

Прокси-метрики мобильного маркетинга:

Click rate

Доля кликов среди всех доставленных пушей.

Доля подписок

Доля пользователей с разрешением на отправку пушей среди всей базы.

Для каждой метрики считаем:

Медиану

Это золотая середина: у половины компаний в индустрии показатель выше, еще у половины — ниже.

Максимум

Средний годовой показатель лидера в индустрии.

Методика расчета бенчмарков

Вывели средние годовые click rate и долю подписчиков для каждой компании — участницы исследования.



Проранжировали показатели внутри индустрии от большего к меньшему.



Нашли медианное и максимальное значение для каждой метрики.

Главные выводы

Пользователи Android активнее кликают на пуши

Как правило, click rate пушей на Android в 1,5 раза выше, чем на iOS. Возможная причина: на iOS картинки, гифки, аудио из пуша доступны уже в предпросмотре — кликать необязательно.

1

Пользователи iOS охотнее подписываются на пуши

В зависимости от индустрии доля подписок на iOS выше на 8–18 п. п. Вероятно, дело в технических аспектах: на Android легче отписаться от пушей.

2

Массовых писем отправляют больше, чем автоматических

Массовые рассылки лидируют по отправкам, а автоматические — по click rate. Все дело в том, что автоматические пуши уходят на узкие сегменты.

3

Размер базы не влияет на вовлеченность

У приложений с базой менее 50 тыс. пользователей медианная доля подписок — 40%, с базой более 1 миллиона — 41%. Явной корреляции между показателями нет.

4

исследование

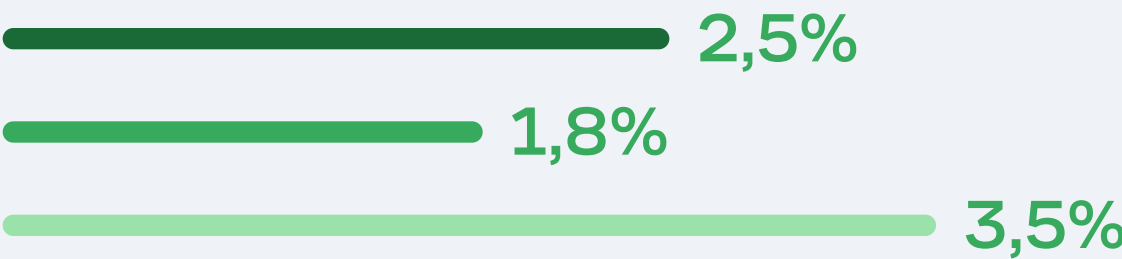
Click rate

Показывает, насколько оффер
и контент цепляют аудиторию

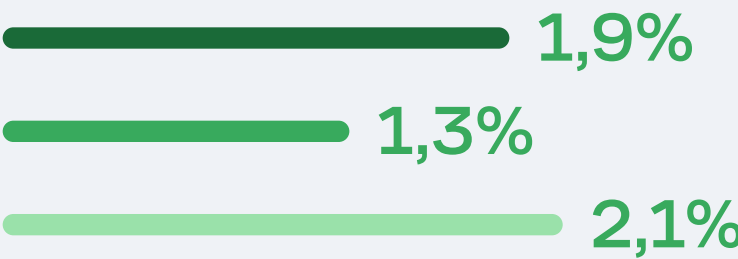
Медианный click rate

● все платформы ● iOS ● android

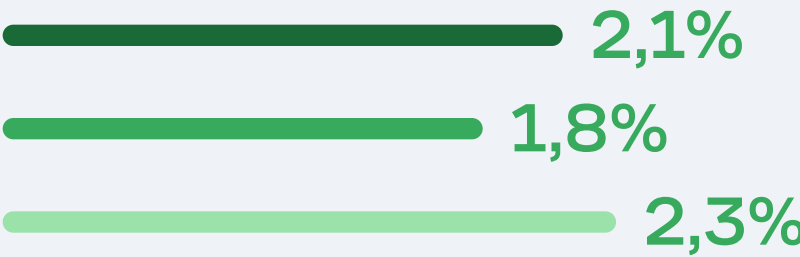
одежда и обувь



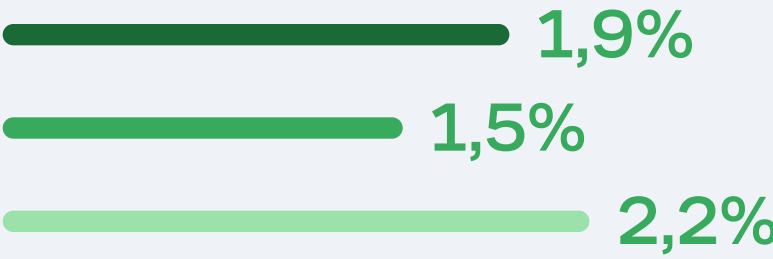
смешанные товары и услуги



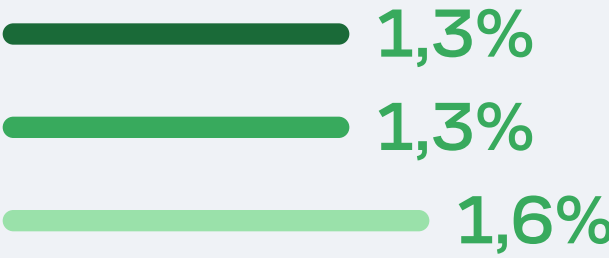
рестораны и кафе



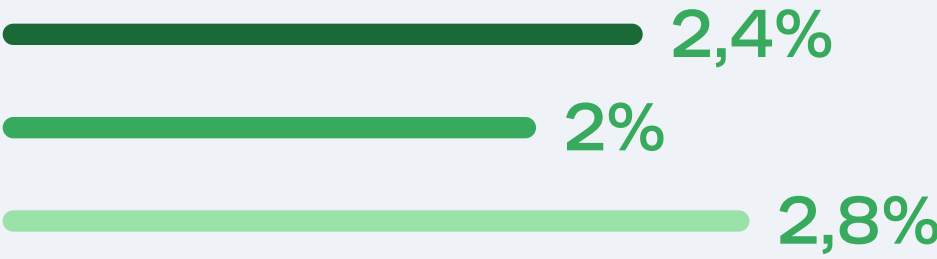
продукты питания, табак



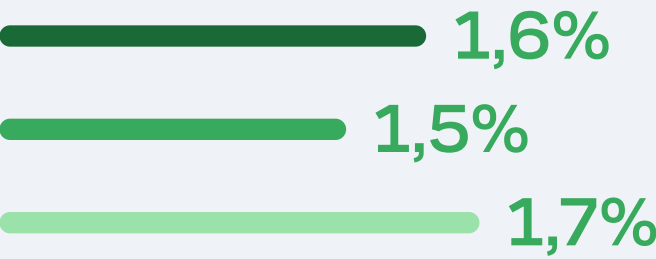
косметика, гигиена



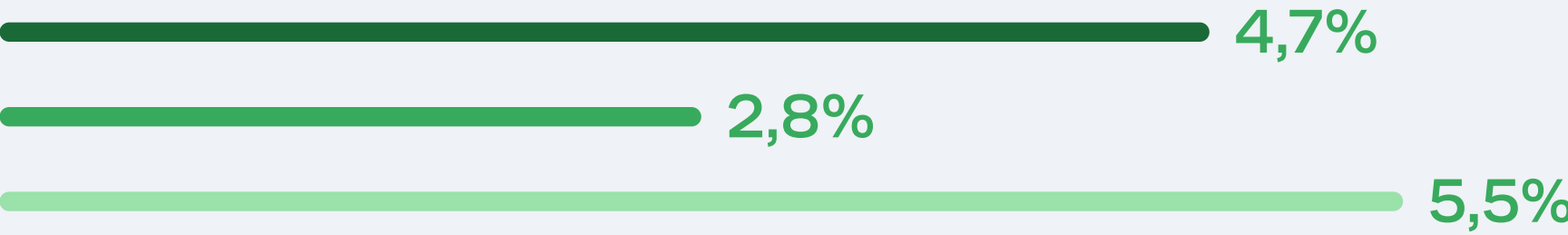
туризм, бронирование билетов



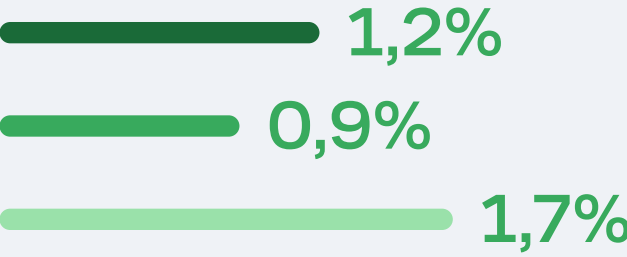
развлечения, медиа, соцсети



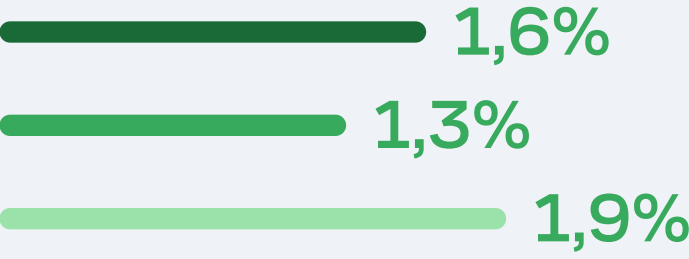
финансы



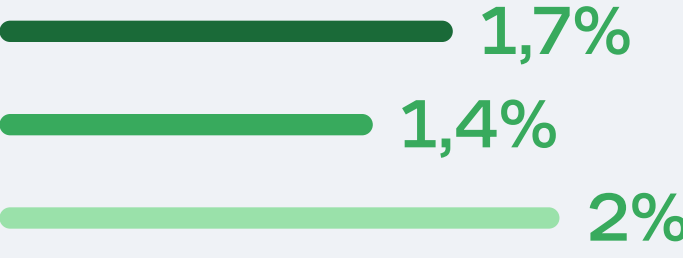
мебель, товары для дома



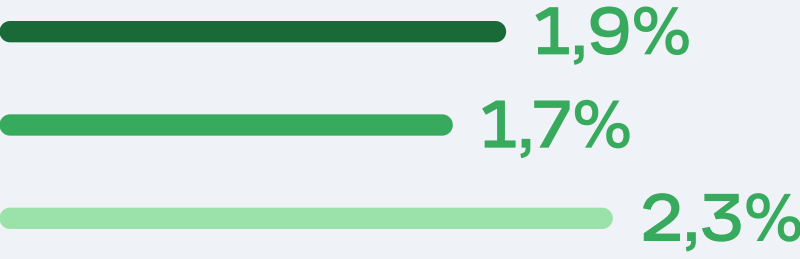
техника и электроника



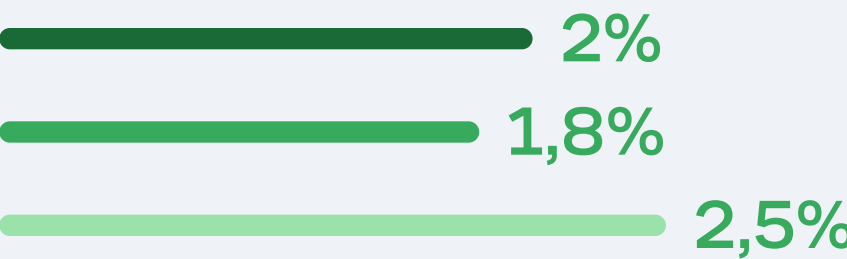
доставка еды



аптеки



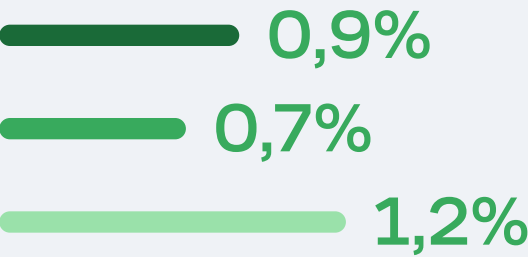
медицина



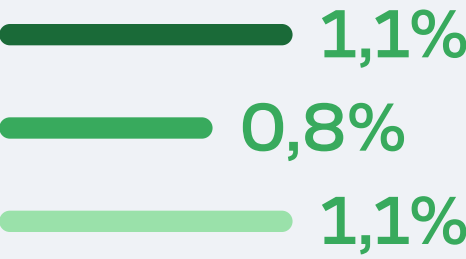
автоиндустрия, транспорт, логистика



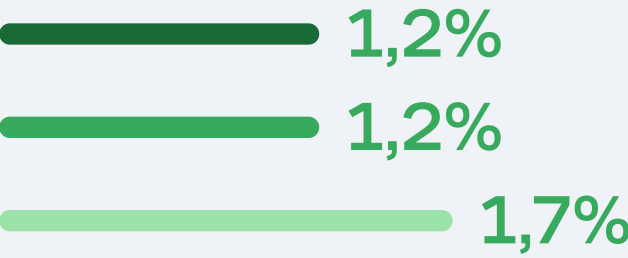
ювелирные товары



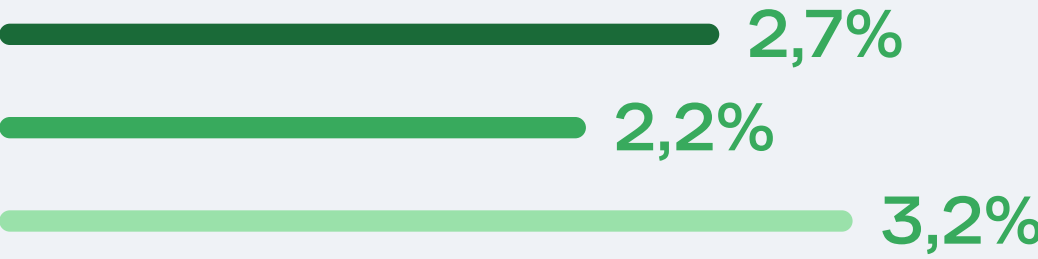
кино



детские товары, материнство



спорт и фитнес



Опыт в индустрии «доставка еды»

Grow Food — доставка здоровой еды и наша стратегия — mobile first. Самые эффективные пуши у нас:

Подборки блюд к инфоповоду. Самыми эффективными иногда оказываются довольно неожиданные заходы. Например, ежегодный хит — подборка паназиатских блюд к Китайскому новому году. В теме пуша — поздравление иероглифами.

Также в топе по кликам подборки «Ушли из меню». Хотя инфоповод вызывает не только позитивные реакции, но дает много кликов. Пробить баннерную слепоту помогают креативные заходы в духе «Уходи, дверь закрой, у меня в меню другой».

Пуши с необычными уведомлениями, например звук микроволновки или дверного звонка. Механика в среднем дает +6% к числу кликов на Android и +21% на iOS.

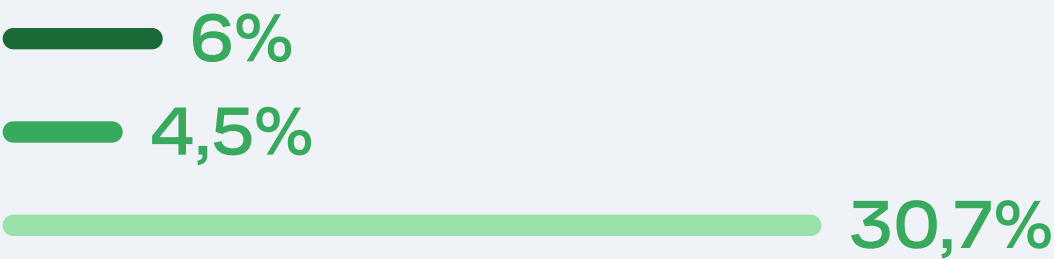


Анастасия Кузнецова
CRM lead Grow Food

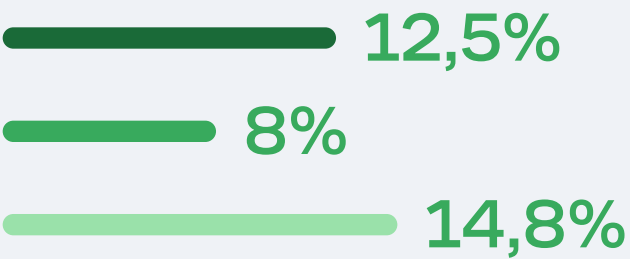
Click rate лидера в индустрии

● все платформы ● iOS ● android

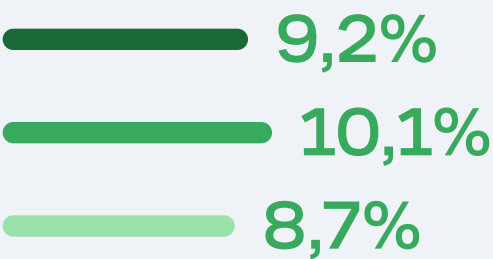
одежда и обувь



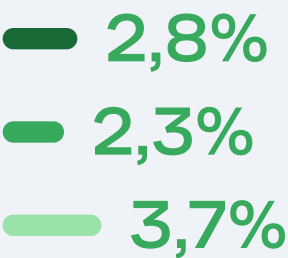
смешанные товары и услуги



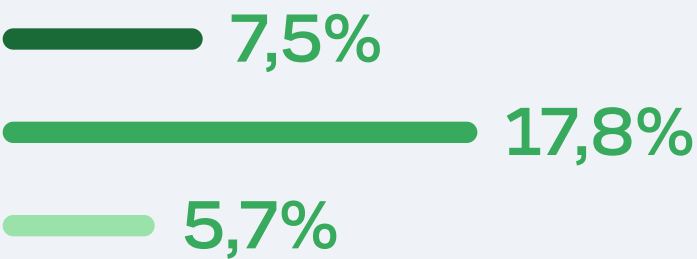
рестораны и кафе



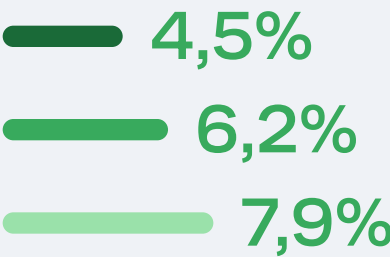
продукты питания, табак



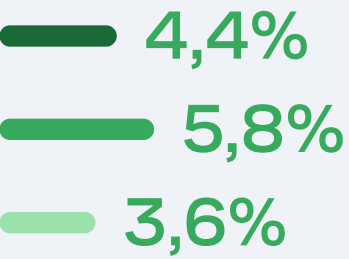
косметика, гигиена



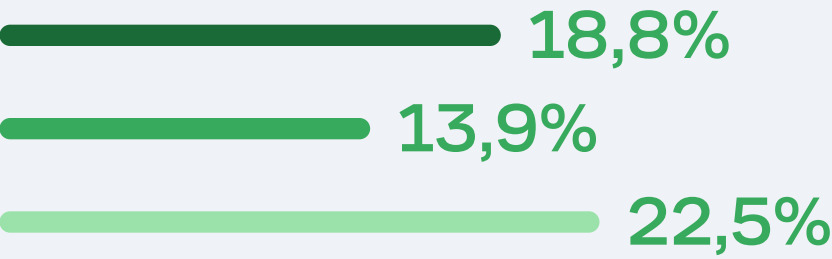
туризм, бронирование билетов



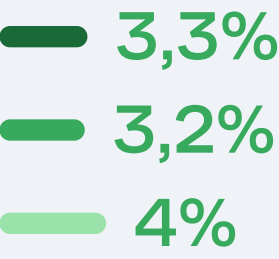
развлечения, медиа, соцсети



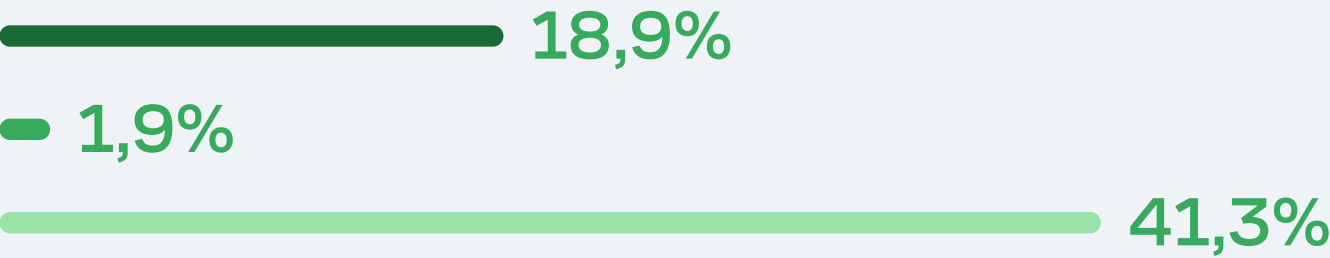
финансы



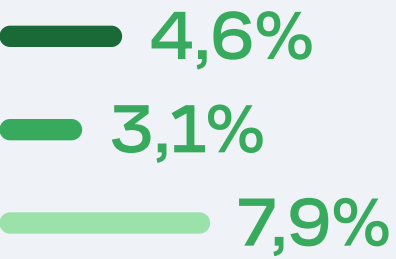
мебель, товары для дома



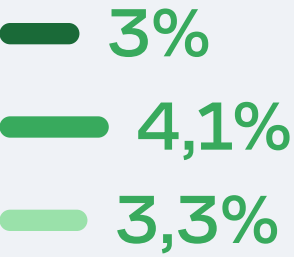
техника и электроника



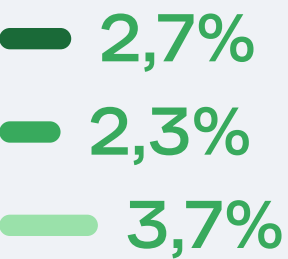
доставка еды



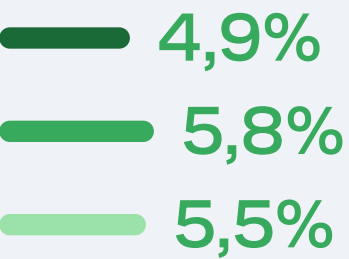
аптеки



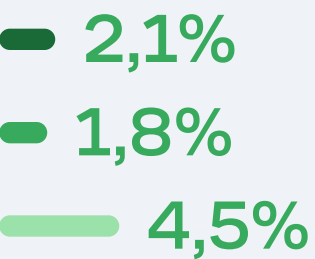
медицина



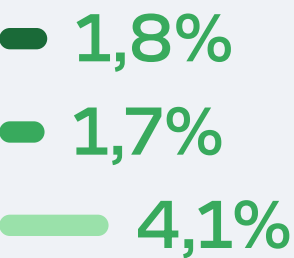
автоиндустрия, транспорт, логистика



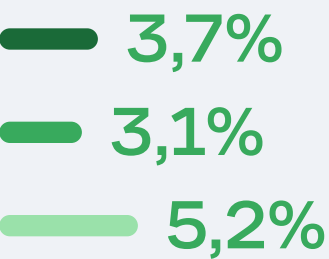
ювелирные товары



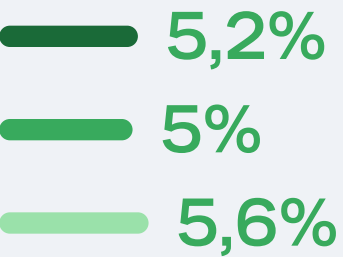
кино



детские товары, материнство



спорт и фитнес



Почему click rate на iOS ниже, чем на Android

В среднем click rate на iOS в 1,5 раза ниже, чем на Android. Вероятно, из-за технических особенностей платформ:

У iOS более информативный предпросмотр пушей — на них необязательно кликать. Новые версии iOS (от 16.1) отображают в уведомлениях крупные изображения, видео, GIF, аудиофайлы и даже динамические данные, например статус заказа. Пользователь может посмотреть контент и проверить статус, не открывая приложение.

Пользователь iOS может подключить функцию «Сводка уведомлений». Пуши будут копиться, а потом придут в назначенное время. В этом случае вероятность клика снижается: сообщение может потерять свою актуальность, его легче пропустить в общем потоке. На Android нет такой функции: уведомления приходят сразу, а значит, пользователи реагируют активнее.



Мила Реуцкая
Менеджер продукта
«Мобильные пуши»
в Mindbox

Опыт в индустрии «одежда и обувь»

Сейчас приложение приносит бóльшую часть выручки онлайн-продаж. В 2024 году мы провели много тестов в мобильных коммуникациях.

Вот пара удачных находок для тем пушей:

Название бренда. На пуш «Юбки и платья 12 STOREEZ» кликали чаще, чем на «Юбки и платья». И это несмотря на то, что в пуше есть логотип.

Интересные факты о товаре. Мы не используем мемы или быстрые тренды в маркетинге — ToV бренда не позволяет. Вместо этого привлекаем аудиторию интересными фактами о продуктах. Например, пишем «410 грамм. Вес пары вьетнамок 12 STOREEZ» или «Любимый тренч. Для Елизаветы II это макинтош цвета хаки, а для вас?». У таких пушей высокий click rate и конверсия в покупку.



Светлана Дедерчук
CRM lead 12 STOREEZ

исследование

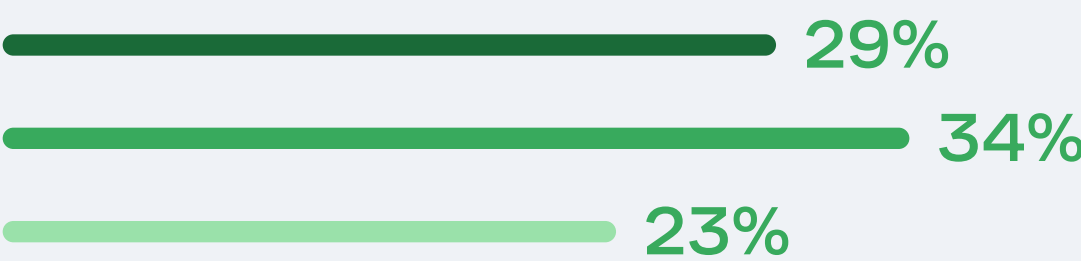
Доля подписок

Индикатор вовлеченности аудитории

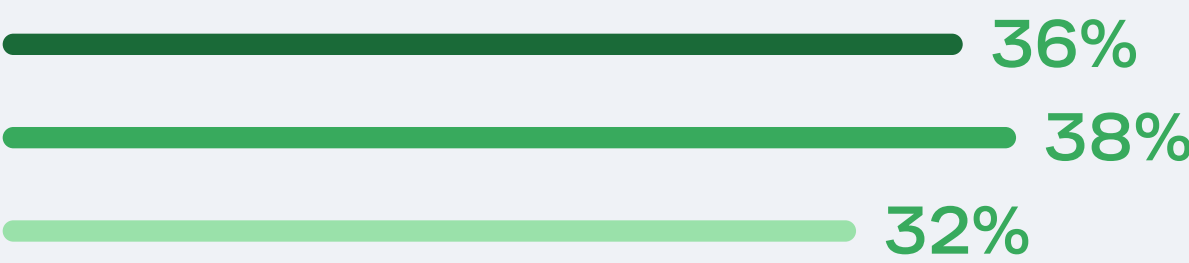
Медианная доля подписок

● все платформы ● iOS ● android

одежда и обувь



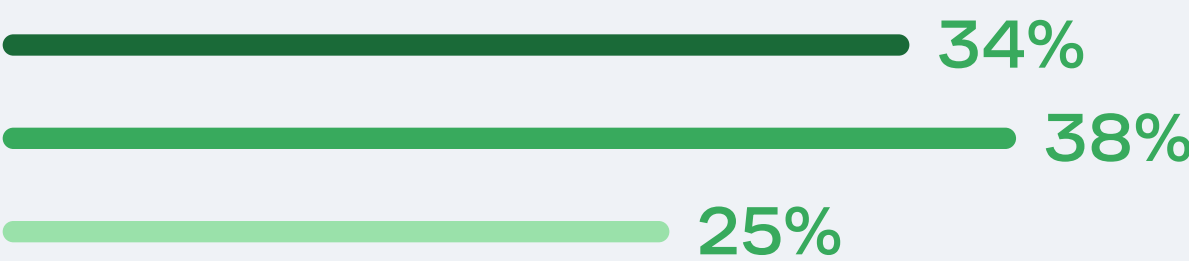
смешанные товары и услуги



рестораны и кафе



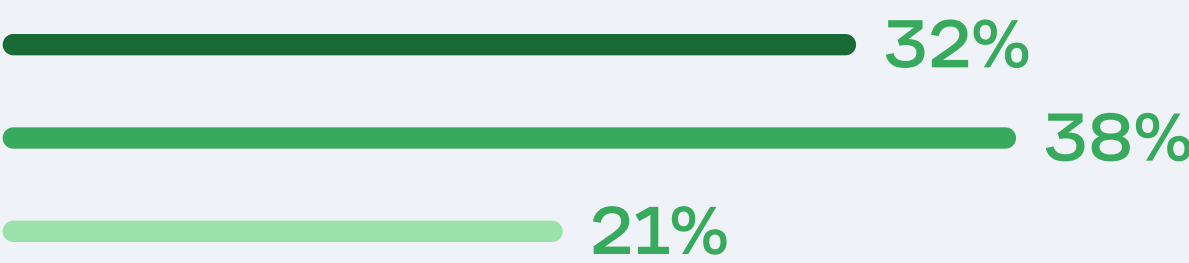
продукты питания, табак



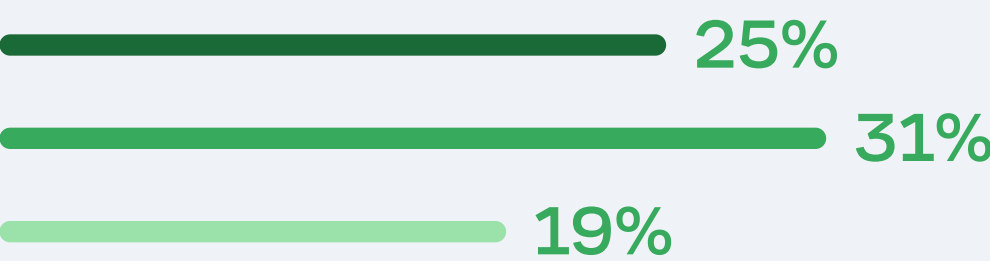
косметика, гигиена



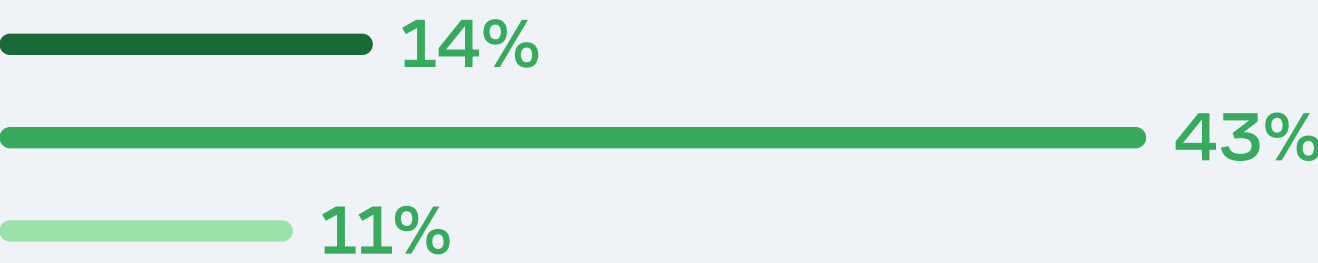
туризм, бронирование билетов



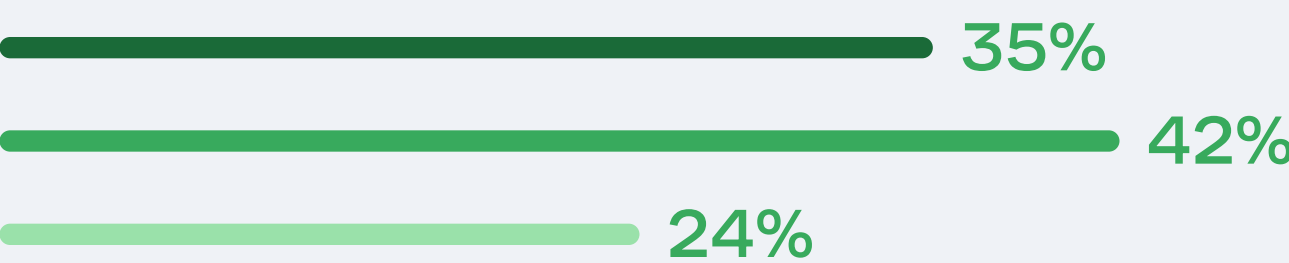
развлечения, медиа, соцсети



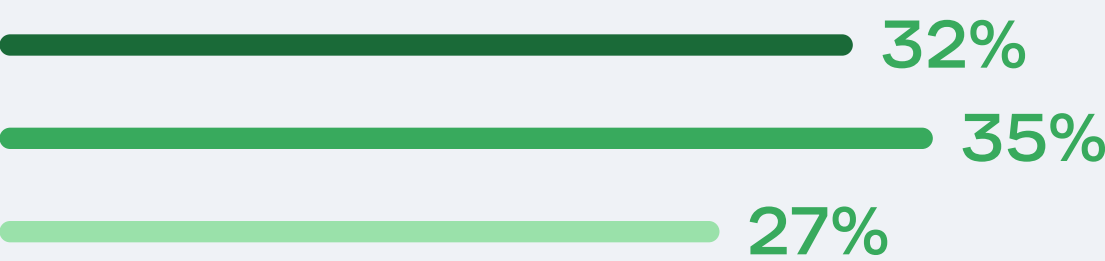
финансы



мебель, товары для дома



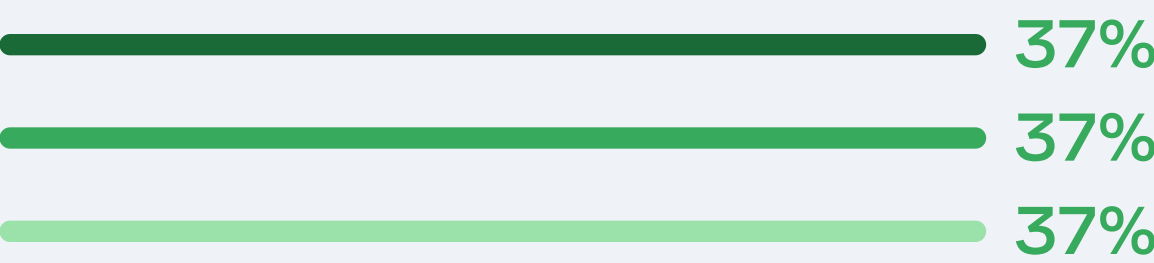
техника и электроника



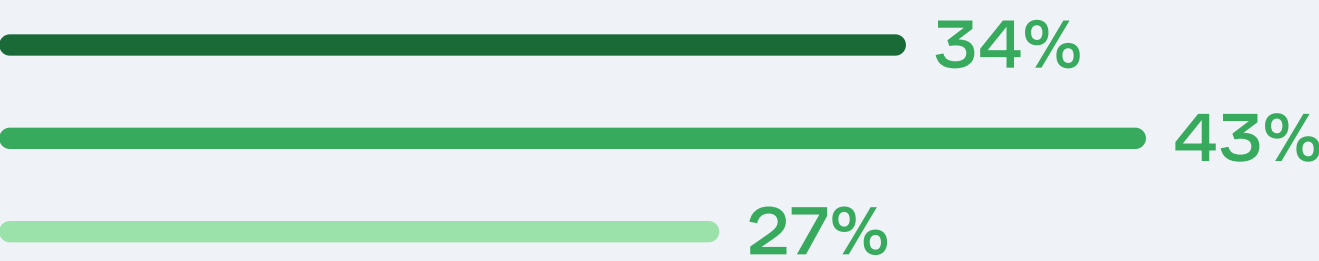
доставка еды



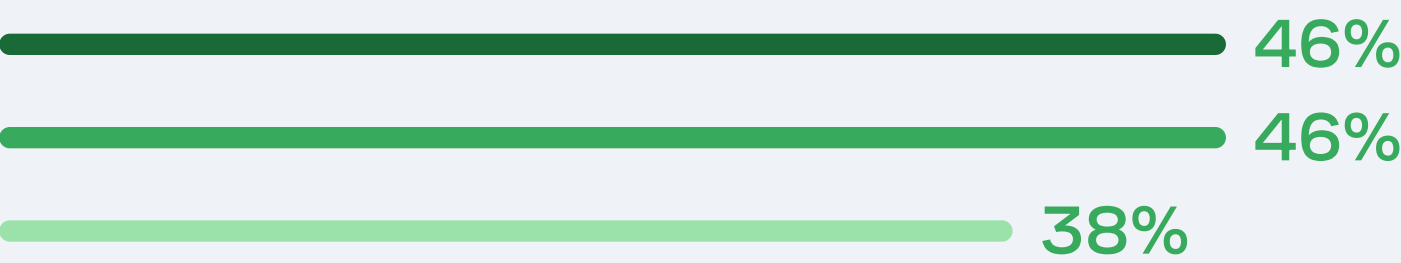
аптеки



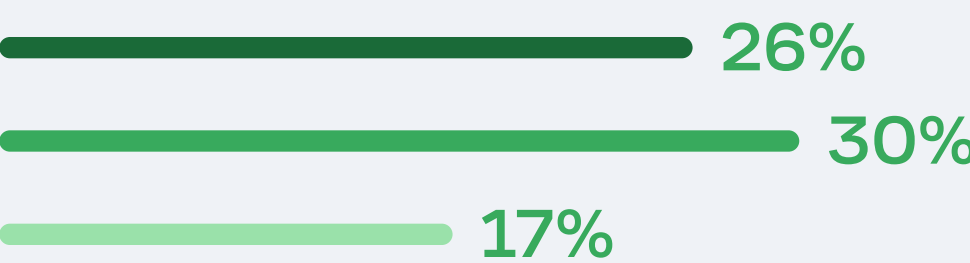
медицина



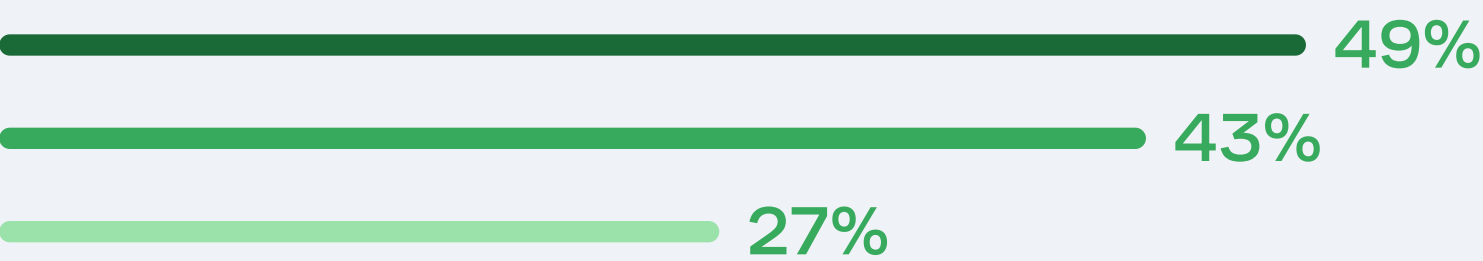
автоиндустрия, транспорт, логистика



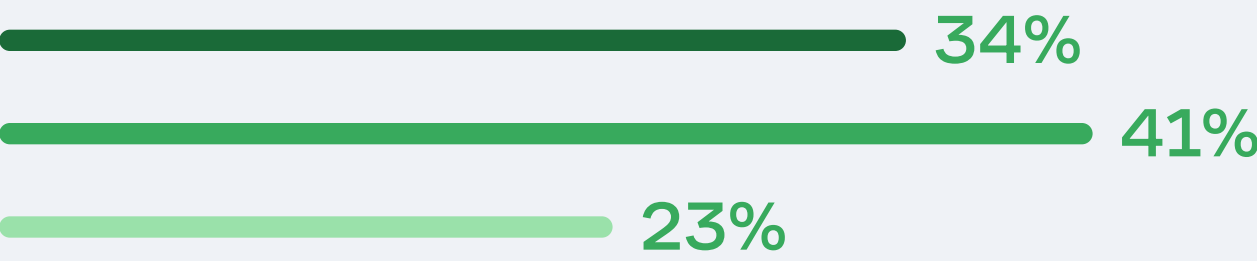
ювелирные товары



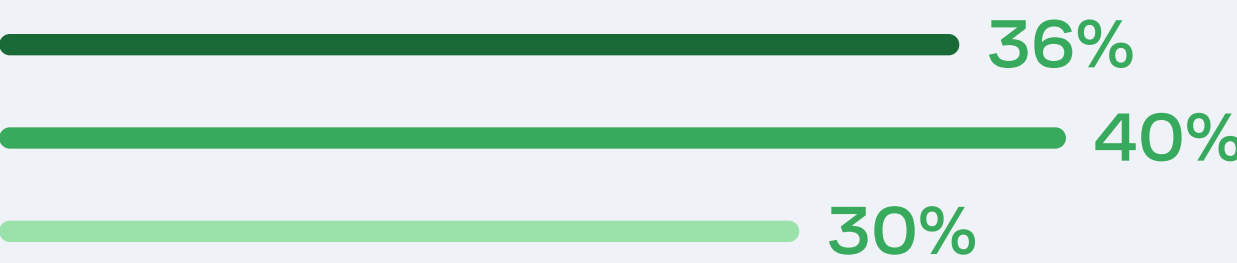
кино



детские товары, материнство



спорт и фитнес



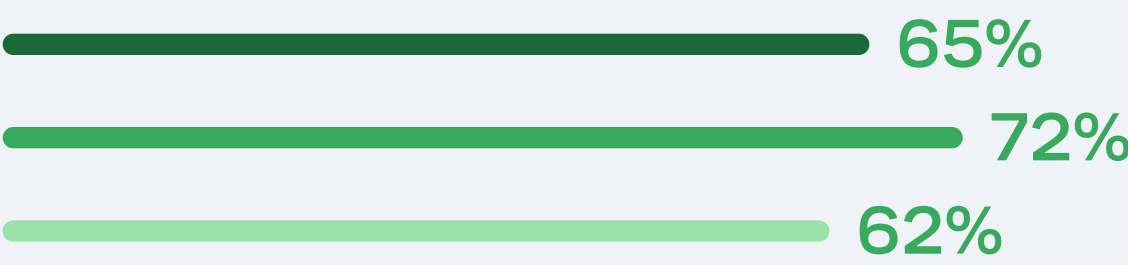
Доля подписок лидера индустрии

● все платформы ● iOS ● android

одежда и обувь



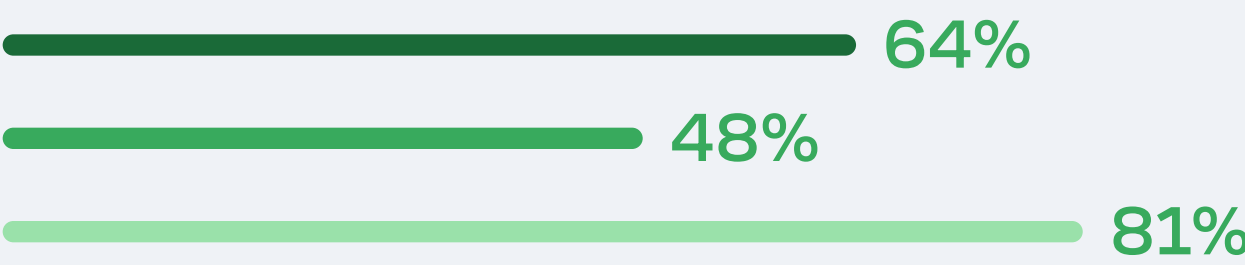
смешанные товары и услуги



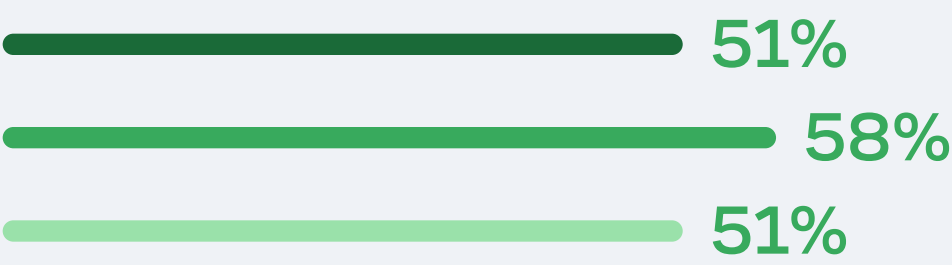
рестораны и кафе



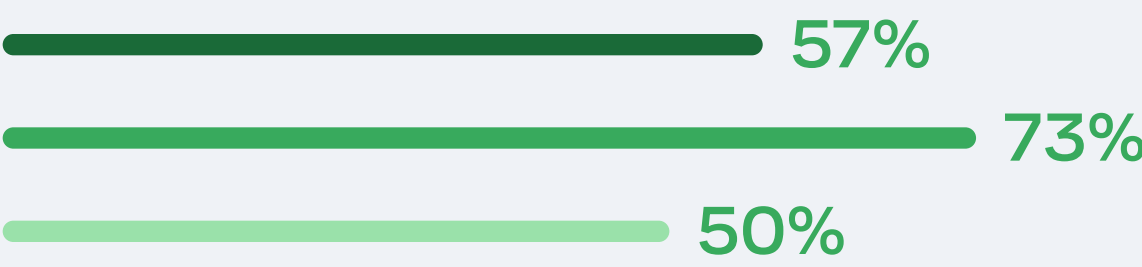
продукты питания, табак



косметика, гигиена



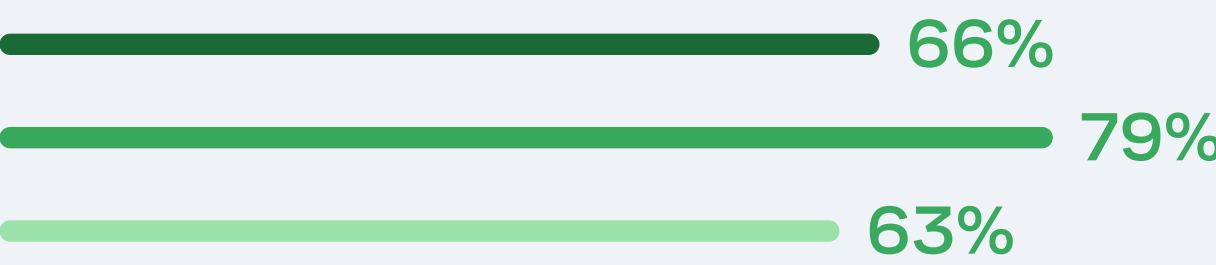
туризм, бронирование билетов



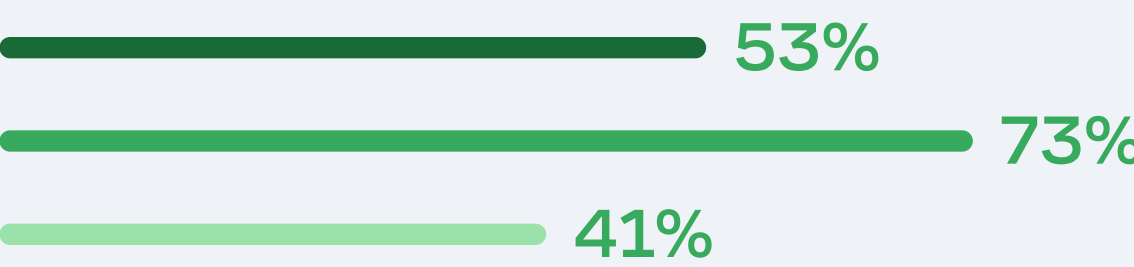
развлечения, медиа, соцсети



финансы



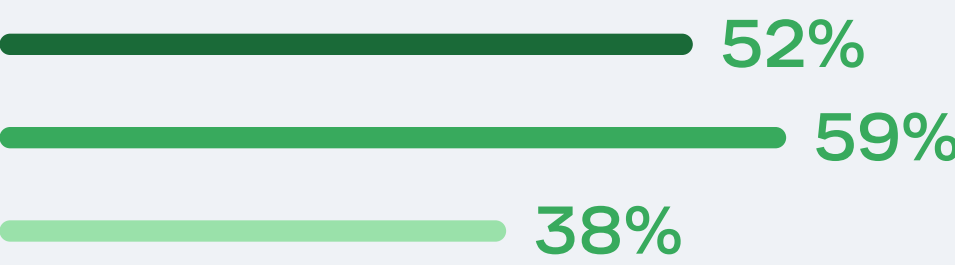
мебель, товары для дома



техника и электроника



доставка еды



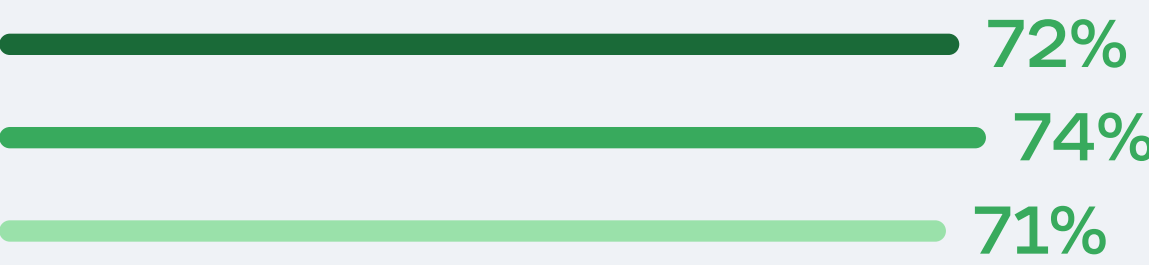
аптеки



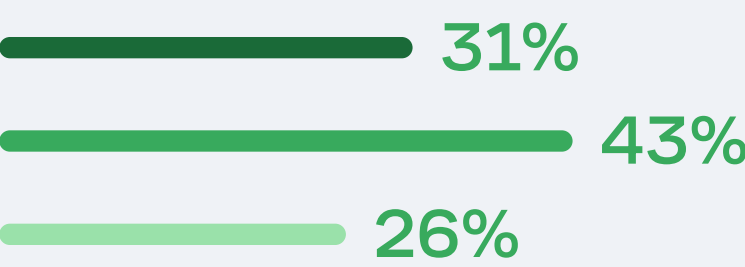
медицина



автоиндустрия, транспорт, логистика



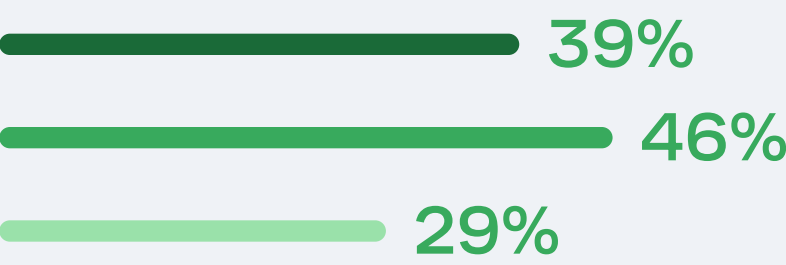
ювелирные товары



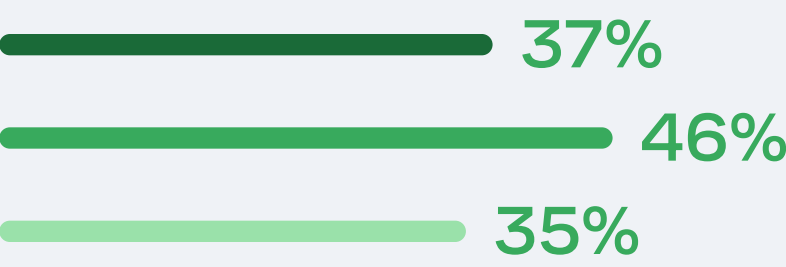
кино



детские товары, материнство



спорт и фитнес



Почему доля подписок выше на iOS

Почти во всех индустриях доля подписок на iOS выше, чем на Android. Возможные причины:

На iOS сложнее отписаться от пушей: для этого нужно идти в настройки. На Android меню отписки появляется при длительном нажатии на пуш.

На iOS можно отправлять тихие пуши. Они приходят без звука и отображаются только в центре уведомлений, для их отправки не нужно разрешение. Благодаря тихим пушам пользователь может увидеть пользу коммуникаций от бренда и подписаться.



Мила Реуцкая

Менеджер продукта
«Мобильные пуши»
в Mindbox

Как подписывать аудиторию на мобильные пуши — простая механика Mindbox

Читать

Опыт в индустрии «спорт»

В 2024 году мы увеличили аудиторию приложения на 30% с помощью офферов, доступных только в нем.

Чтобы повышать метрики приложения, сегментируем пользователей по продуктам, которые они покупали и которыми интересовались. Например, владельцу клубной карты предлагаем заранее продлить ее на выгодных условиях. Тем, кто проявлял интерес к персональным тренировкам, даем скидку на первое занятие.



Илья Бойко
Product owner XFIT

Запуск пушей — кейсы компаний

Какие рассылки отправлять в первую очередь, как запустить каскады в email и пушах, как выстроить систему проверки гипотез.

otello

Сервис бронирования «Отелло» подключил мобильные пуши — спустя 3 месяца они приносят 1,5% GMV

[Читать кейс](#)

Мj МАГНИТ

20% выручки «Магнит Доставка» — от CRM: мобильные пуши, каскадные сценарии, AB-тесты

[Читать кейс](#)

mamba

Сервис знакомств «Мамба» построил систему проверки CRM-гипотез. Прирост выручки от рассылок — 89,18%

[Читать кейс](#)

исследование

Сравнение массовых и триггерных пушей

Сравниваем доли этих пушей среди всех отправок, а также их click rate

Доля автоматических пушей среди всех отправок

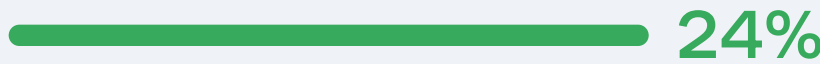
одежда и обувь



смешанные товары и услуги



рестораны и кафе



продукты питания, табак



косметика, гигиена



туризм, бронирование билетов



развлечения, медиа, соцсети



финансы



мебель, товары для дома



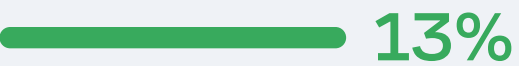
техника и электроника



доставка еды



аптеки



медицина



автоиндустрия, транспорт, логистика



ювелирные товары



кино



детские товары, материнство



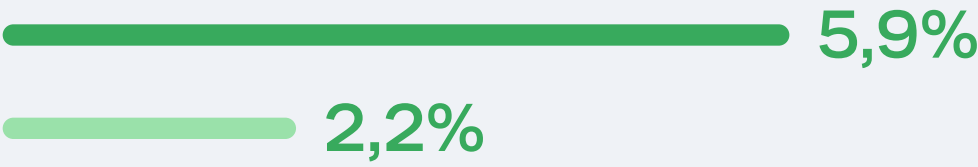
спорт и фитнес



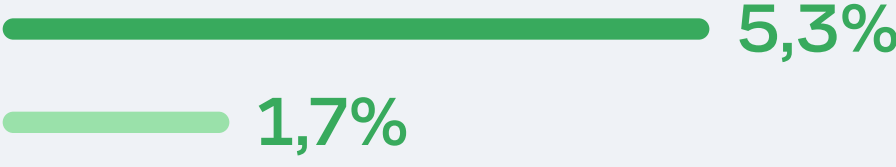
Медианный click rate

● автоматические ● массовые

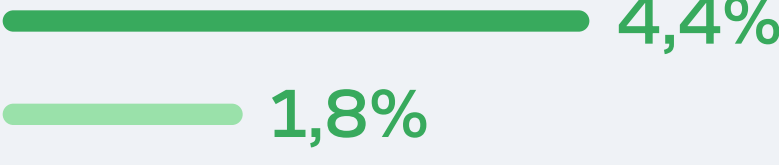
одежда и обувь



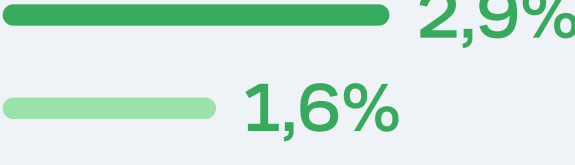
смешанные товары и услуги



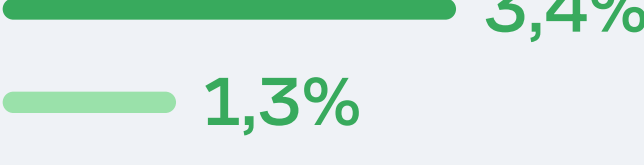
рестораны и кафе



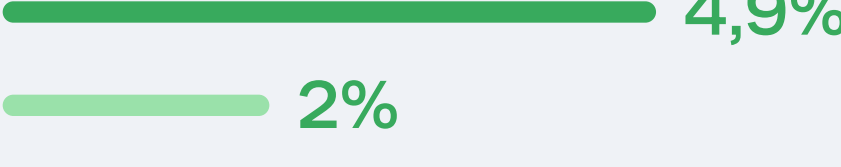
продукты питания, табак



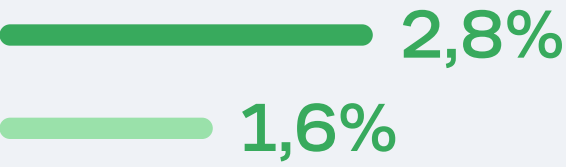
косметика, гигиена



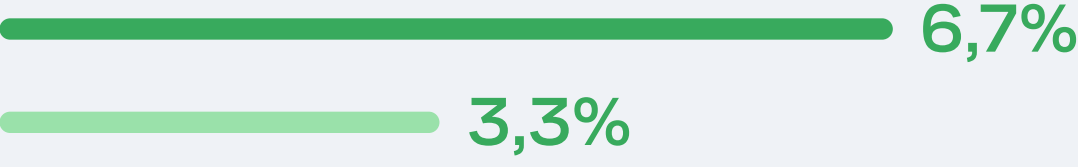
туризм, бронирование билетов



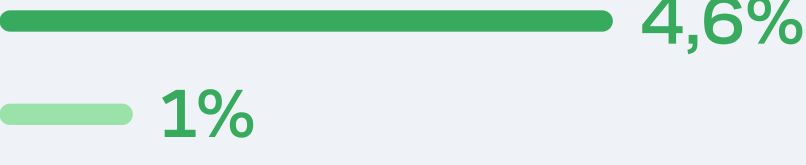
развлечения, медиа, соцсети



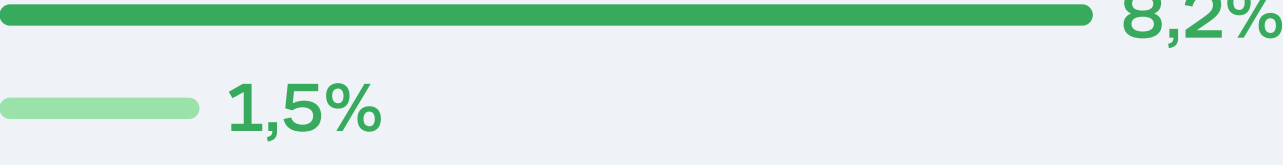
финансы



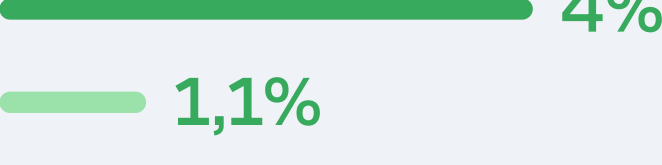
мебель, товары для дома



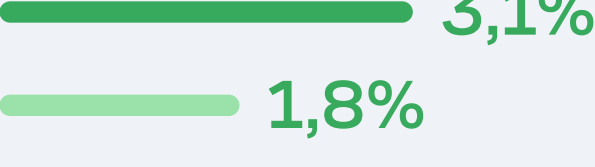
техника и электроника



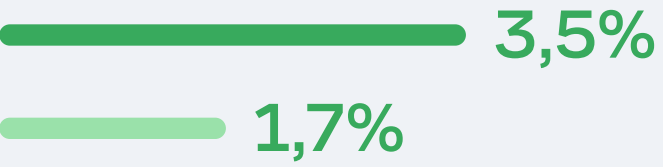
доставка еды



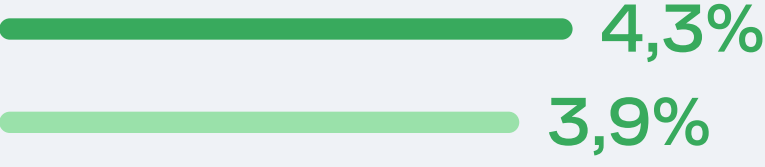
аптеки



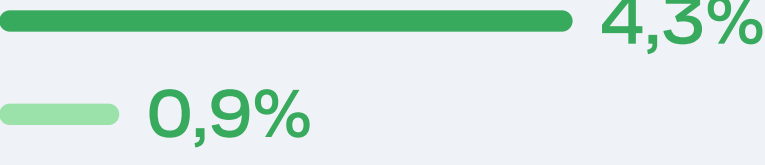
медицина



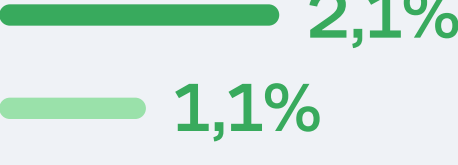
автоиндустрия, транспорт, логистика



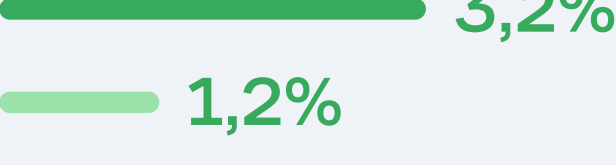
ювелирные товары



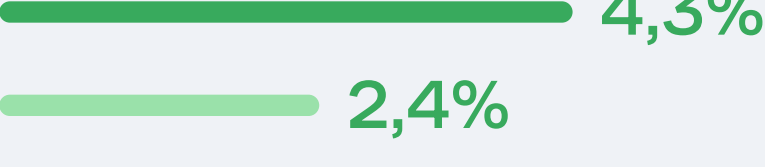
кино



детские товары, материнство



спорт и фитнес



Опыт в индустрии «медицина»

В 2024 году база подписчиков выросла на 62% по сравнению с 2023 годом. Помогло промо в email: в каждой рассылке рассказывали об удобстве приложения.

Однако вовлеченность базы снизилась. Например, так изменились показатели массовых пушей на iOS:

- с 2,34% до 1,29% click rate;
- с 0,31% до 0,16% конверсия в покупку.

Думаем, влияет изменение офферов. В 2023 году мы активно дарили подарки, например щетки стоимостью 2000 рублей. В 2024 году таких предложений стало меньше.

Тем не менее выручку удалось удержать на том же уровне. Помогла точечная работа со средним чеком: предлагали клиентам покупать товары наборами. Например, покупать наборы товаров, например для ухода за полостью рта.



Анастасия Котлярова
CRM-маркетолог
«Доктор Слон»

Рост эффективности пушей — кейсы компаний

Как вовлечь новичков, увеличить чек у постоянных клиентов и не выжечь базу коммуникациями.

Яндекс @ Еда **делимобиль**

ZARINA SOKOLOV

Большой пуш: прокачиваем конверсию как «Яндекс Еда», «Делимобиль», Zarina и SOKOLOV

Читать кейс

делимобиль

+3% к выручке за год. Мобильные пуши Делимобиля ведут к 10-й поездке, пересаживают на комфорт-класс и возвращают отток

Читать кейс

 **MyGig**

MyGig стал отправлять в 2,5 раза меньше пушей и утроил целевую конверсию

Читать кейс

исследование

Метрики и размер базы

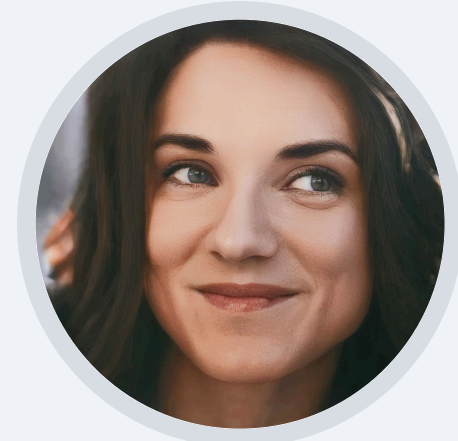
Корреляция метрик и размера базы

Число подписчиков	Click rate	Доля подписок
< 49 999	2,1%	40%
50 000 – 99 999	1,9%	33%
100 000 – 409 999	2,3%	40%
500 000 – 999 000	1,6%	39%
> 1 000 000	1,6%	41%

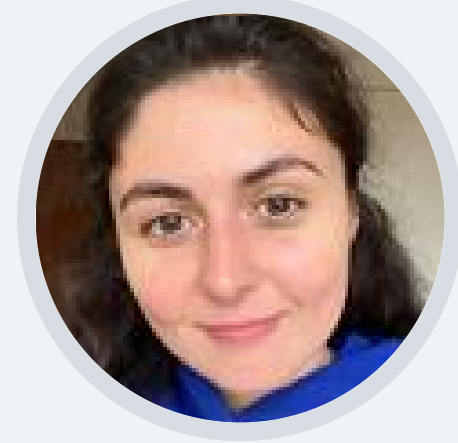
mindbox

Метрики мобильных пушей за 2024 год

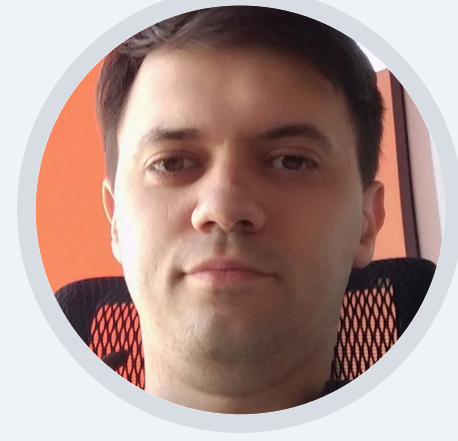
Авторы исследования:



Мила Реуцкая
Менеджер продукта
«Мобильные пуши» в Mindbox



Элиза Али
Редактор



Кирилл Кошель
Senior-разработчик

Больше гипотез для
развития email-маркетинга

 **Mindbox Журнал**

