

## **Практична робота 15. Розміщення мобільного додатку в магазині додатків**

### **Теоретичні відомості**

Для того, щоб опублікувати додаток в Google Play, потрібен обліковий запис розробника. Це особливий тип облікового запису, який дозволяє публікувати додатки в Google Play. Створити його можна за допомогою стандартного облікового запису Google. Необхідна частина процесу – внесення разової оплати за угоду розробника у розмірі \$25.

Після оплати потрібно буде заповнити дані для облікового запису розробника та завершити реєстрацію, а також підтвердити свою особу.

#### Угода користувача

Основні положення з Угоди Google Play про поширення програмних продуктів, про які ви повинні знати:

- ви повністю відповідаєте за ваш продукт і контент, що в ньому поставляється;
- ви зобов'язуєтеся відповідати на запитання користувачів протягом трьох робочих днів і на термінові питання згідно з визначенням Google протягом 24 годин;
- зобов'язуєтеся зберігати конфіденційність і безпеку даних користувача;
- ви не намагаєтесь обманювати, завдавати будь-якої шкоди або вводити в оману користувача та Google;
- ви не розповсюджуєте заборонений контент. Всі Продукти, що розповсюджуються через Google Play, повинні відповідати правилам програми для розробників;
- ви дозволяєте Google повертати покупцю повну вартість Продукту або транзакції всередині програми від вашого імені, якщо покупець запитує

повернення коштів у будь-який момент після покупки. Видалення продукту не звільняє вас від відповідальності перед будь-якими виплатами;

- загалом Google знімає з себе будь-яку відповідальність, пов'язану з вашим продуктом.

Компанії, які збирають, зберігають та обробляють персональні дані, зазвичай публікують на своїх сайтах документ – Політику конфіденційності (Privacy Policy). Такий документ потрібен, щоб інформувати користувача про порядок обробки та подальші дії з наданою персональною інформацією. До прийняття GDPR (загальноєвропейського регламенту захисту даних) нормальним було створювати Privacy Policy з максимально розмитими положеннями і розміщувати її там, де ніхто шукати не стане.

З набранням чинності GDPR, компаніям важливо привести свою Privacy Policy у відповідність до нових, більш жорстких вимог. Порушення Регламенту може призвести до значних штрафних санкцій. З'являється ризик, що замовники почнуть відмовлятися від співпраці з підрядниками – відомо про кейси коли європейські замовники відмовлялися співпрацювати через недотримання вимог GDPR. Серед основних вимог Регламенту: отримання згоди на обробку даних, інформування про контролера/процесора, про права суб'єкта даних, а також про транскордонну передачу даних.

Якщо не знаєте, з чого розпочати редагування вашої Privacy Policy, робіть це за невеликою інструкцією.

1. Визначте, хто є контролером інформації. У Privacy Policy повідомте користувачам про те, чи є Ви контролером інформації, тобто. відповідальними за всі дії, які надалі будуть скоєні із персональними даними.
2. Вкажіть контактні дані обробника. Якщо компанія є контролером та обробником – цей пункт можна не включати, оскільки інформація співпадатиме з першим пунктом. Але, якщо все ж таки Ви є контролером, але для зберігання та обробки даних використовує

послуги третьої сторони – вкажіть дані такої компанії-процесора(обробника).

3. Вкажіть предмет, тривалість, характер та мету обробки персональних даних. Визначте, чи потрібні персональні дані для реалізації мети. Поясніть, навіщо потрібно надати ті чи інші дані, і які наслідки неподання такої інформації.
4. Вкажіть дані та обов'язки Data Protection Officer (DPO). Зверніть увагу, що така посада не є обов'язковою. Якщо ж у компанії передбачена така посада – інформація про такого співробітника має бути доступна користувачам, чії дані збираються.
5. Пропишіть у Privacy Policy блок із правами суб'єкта інформації, зокрема:
  - Право бути поінформованим;
  - Право доступу;
  - Право на внесення змін;
  - Право на обмеження обробки даних;
  - Право на видалення та знищення;
  - Право на заперечення.
1. Вкажіть, чи передається кудись за межі ЄС інформація з персональними даними. Європейська Комісія умовно розділила всі країни на “надійні” та “ненадійні” з позиції рівня захисту персональних даних. Україна не належить до списку країн із високим ступенем захисту. Потрібно вказати, куди передається інформація, і як компанія взаємодіятиме з третіми країнами під час передачі інформації.
2. Бажано включити до політики так звану privacy notice. Це невелике повідомлення, яке допомагає суб'єкту даних зрозуміти, навіщо вам так потрібні їхні персональні дані.
3. Отримати від суб'єкта інформації згоду на обробку даних. Якщо раніше згодою вважалось бездіяльність суб'єкта, з набранням чинності

Регламентом – від суб'єкта даних будуть потрібні активні дії. У момент надання згоди бажано вказати посилання на Privacy Policy.

4. Розмістіть документ так, щоб будь-який користувач міг отримати доступ до нього. Логічно розмістити його на головній сторінці і візуально виділити.
5. Не пишіть величезні Privacy Policy. Пам'ятайте, що чим простіше написана Privacy Policy – тим краще.

До маркетингових матеріалів існують такі вимоги:

- Вимоги стору. Ці вимоги монументальні і рідко схильні до змін, до них є чіткі описи;
- Вимоги, що виникають із завдань проекту: що актуальніше для ЦА цього додатка, який маркетинг у проекту тощо.

Для термінових релізів або перевірки MVP допускається, щонайменше, зробити маркетингові матеріали, що відповідають вимогам магазину. В інших проектах необхідно зробити так, щоб маркетингові матеріали були максимальним внеском до успіху проекту.

ASO або App Store Optimization – це комплексний процес оптимізації сторінки мобільного додатка в магазинах App Store та Google Play з метою максимізації його видимості та конверсії відвідувачів у завантаження, і включає повну текстову оптимізацію назви, описів додатку, а також графічних матеріалів.

Багато в чому App Store Optimization для iOS та Android нагадує існуючий вже кілька десятиріч SEO (Search Engine Optimization) і полягає у підборі правильних метаданих та ассетів (іконка, скріншоти) для того, щоб бути вище у пошуку за ключовими словами, а ті користувачі, що зайшли на сторінку додатку завантажували програму.

## **Завдання**

Ознайомтеся з теоретичними матеріалами, опишіть послідовність дій для розміщення додатку в магазині.