Максим Степаненко

Apple Developer Account: от DUNS до App Store

Полный путеводитель по регистрации, публикации и монетизации приложений

Apple Developer Account: от DUNS до App Store

Полный путеводитель по регистрации, публикации и монетизации приложений

Максим Степаненко

Innova Publishing · 2026

Страница книги, свежая версия и другие гайды серии: guides.mmix.biz/apple-dev

Помощь специалистов по теме «Компания для App Store и Google Play»: Legal Solutions — legal.ua

ГЛАВА 1

Экосистема Apple Developer: что нужно знать с первого дня

Apple App Store — крупнейший в мире маркетплейс мобильных приложений. 1.8 миллиарда активных iPhone в мире. $1.1 триллион транзакций в 2022 году (включая продажи приложений, подписки, In-App Purchases). Для разработчика или предпринимателя — это один из самых высококонверсионных рынков.

Два типа Apple Developer Program: Apple Developer Program ($99/год): для физических лиц и компаний. Публикация в App Store (public). Базовые инструменты разработки. Apple Developer Enterprise Program ($299/год): для крупных организаций (обычно 100+ сотрудников). Распространение приложений внутри организации без App Store. Нет публикации в public App Store.

Что даёт членство: Xcode developer beta builds. TestFlight для бета-тестирования. App Store Connect для управления приложениями. Analytics, Sales reports. CloudKit, Sign in with Apple, StoreKit (In-App Purchases). Access to WWDC sessions и documentation.

Регистрация как организация vs физлицо: физлицо (Individual): быстрее, нет DUNS, но приложение публикуется под вашим личным именем. Нет корпоративной защиты. Организация (Organization): требует DUNS Number, верификацию D-U-N-S. Приложение публикуется под названием компании. Больше доверия пользователей. Возможность работы в команде через App Store Connect.

Почему организационный аккаунт лучше: профессиональный вид в App Store. Команда — несколько разработчиков могут иметь разные роли. Legal protection — приложение принадлежит компании. Если когда-либо захотите продать

приложение или привлечь инвестора — это намного проще сделать через компанию.

Ограничения Apple Developer: нельзя иметь несколько аккаунтов с одним Apple ID. Если аккаунт забанен — вернуться очень сложно (некоторые вообще не могут). Причины бана: нарушение App Store Guidelines. Fraud. Refund rate аномально высокий. Фиктивные рейтинги. Apple оставляет за собой право удалить любое приложение в любое время.

Бизнес-модели в App Store: Paid (прямая продажа приложения) — редко используется для новых приложений. Freemium + In-App Purchases — самая популярная. Subscription — растёт быстрее всего. Advertising (в приложении) — для приложений с большой аудиторией. Enterprise/B2B — не в public App Store. Apple берёт 30% (стандарт) или 15% (для малых разработчиков с доходом <$1M/год и подписок после первого года).

ГЛАВА 2

DUNS Number для Apple: получение и верификация

Для регистрации корпоративного Apple Developer Account организация обязана иметь D-U-N-S Number — 9-значный идентификатор от Dun & Bradstreet. Apple использует D&B для верификации существования вашей компании. Без DUNS — невозможно зарегистрировать организационный аккаунт.

Зачем Apple требует DUNS: Apple не доверяет просто документам которые вы загружаете. D-U-N-S Number позволяет Apple независимо верифицировать существование компании через базу D&B которая содержит данные из государственных реестров. Это снижает регистрацию мошеннических аккаунтов.

Получение DUNS для Apple: D&B предоставляет бесплатный DUNS специально для Apple Developer (через Apple's vendor page на D&B сайте). Переход: developer.apple.com → Membership → Organization registration → ссылка на D&B. Процесс верификации D&B: проверяют ваши данные в государственных реестрах. Могут позвонить на бизнес-телефон для верификации. Срок: 5 рабочих дней (стандарт), 1–2 дня (ускоренный через Apple-D&B портал).

Критичные требования к данным: название компании ДОЛЖНО совпадать с государственной регистрацией ТОЧНО. Физический адрес (не PO Box). Номер телефона должен отвечаться и давать информацию о компании. Это те же требования что и для кредитного рейтинга — единообразие данных критично.

Типичные проблемы с DUNS для Apple: компания зарегистрирована недавно — не успела попасть в базы D&B. Решение: подождать 30–60 дней или активно запросить DUNS через портал. Название в государственном реестре расходится

с тем что вводите в форму Apple. Решение: использовать ТОЧНОЕ юридическое название. Адрес не найден в базе D&B. Решение: проверить что адрес физический и правильный.

После получения DUNS: DUNS Number действует бессрочно. Но Apple иногда ре-верифицирует данные — следите чтобы данные в D&B были актуальными. Если компания сменила адрес или название — обновите в D&B ДО попытки создать Apple Developer аккаунт.

DUNS для Apple Enterprise Program ($299): аналогичные требования, но Apple дополнительно верифицирует что у компании реально 100+ сотрудников. Enterprise Program нельзя использовать для публикации в public App Store. Это исключительно для внутренней дистрибуции.

Как Apple использует DUNS после регистрации: Apple может периодически верифицировать что ваша компания всё ещё существует. Если компания закрылась или данные существенно расходятся — риск временной блокировки аккаунта. Держите D&B профиль актуальным.

ГЛАВА 3

Регистрация Apple Developer аккаунта: пошагово

После получения DUNS Number — вы готовы регистрировать Apple Developer аккаунт. Процесс занимает от 24 часов до 2 недель в зависимости от правильности ваших данных.

Шаг 1: создание Apple ID для организации. Используйте корпоративный email (не личный gmail). Apple ID будет «owner» аккаунта — этот email нельзя изменить после регистрации. Включите двухфакторную аутентификацию — обязательно.

Шаг 2: перейти на developer.apple.com. Выбрать «Enroll». Выбрать «Company/Organization». Принять лицензионное соглашение.

Шаг 3: заполнить данные организации. Legal Entity Name: точно как в государственном реестре. DUNS Number: 9-значный, формат без дефисов. Headquarters Address: физический адрес. Phone: корпоративный номер. Имя и должность: вы должны быть authorized representative компании (CEO, Director).

Шаг 4: Apple верифицирует данные. Apple сравнивает введённые данные с D&B базой. Если данные совпадают — автоматическое одобрение (24–48 часов). Если расхождения — Apple может: позвонить на ваш корпоративный телефон для верификации. Запросить дополнительные документы (Certificate of Incorporation, Government ID). Это занимает 5–14 дней.

Шаг 5: оплата членства. $99/год (AED 365 в UAE, CAD 129 в Канаде и т.д.). Credit card привязанный к вашему Apple ID. Оплата не подтверждается немедленно при ожидании верификации.

Шаг 6: App Store Connect. После активации — доступ к App Store Connect (appstoreconnect.apple.com). Добавьте членов команды (нужны их Apple ID). Роли: Admin, Finance, App Manager, Developer, Customer Support, Marketer.

Banking information: для получения доходов от продаж — нужно добавить банковские данные в App Store Connect. Payments & Financial Reports. Банковский счёт должен соответствовать юрисдикции (канадский счёт для канадской компании). Налоговые формы: W-8BEN-E для иностранных компаний (не US entities) — заполняется онлайн. Без W-8BEN-E Apple удержит 30% withholding tax.

Apple ID безопасность: если вы потеряете доступ к Owner Apple ID — это крайне сложно восстановить. 2FA через физическое устройство или trusted phone number. Trusted Recovery Contacts. Никогда не используйте Apple ID для личных покупок и для Developer Account одновременно.

ГЛАВА 4

Разработка приложения: от идеи до первой версии

Создание качественного iOS приложения требует больше чем умение программировать. Нужна продуктовая стратегия, понимание App Store Guidelines, правильная архитектура и знание Apple Human Interface Guidelines.

Выбор языка разработки: Swift — современный язык Apple. Если вы новый разработчик — учите Swift. SwiftUI — декларативный UI фреймворк (iOS 13+). Будущее iOS разработки. UIKit — старый UI фреймворк. Огромная база кода и документации. Objective-C — legacy, не используйте для новых проектов. React Native / Flutter — cross-platform. Один код для iOS и Android. Компромисс в производительности и native feel.

Xcode — IDE Apple: единственная официальная IDE для iOS разработки. Требует Mac (не обязательно новый — Xcode работает на любом Mac с macOS Ventura+). Simulator — тестирование без физического устройства. TestFlight — бета-тестирование на реальных устройствах. Instruments — профилировщик и дебаггер.

App Store Guidelines — основные принципы которые нужно знать до разработки: 4.2 Minimum Functionality — приложение должно делать что-то реально полезное. Нельзя просто обёртка над сайтом. 5.1.1 Data Collection and Storage — обязательный Privacy Policy. 3.1 Payments — все In-App Purchases должны использовать Apple IAP, нельзя внешние платёжные системы (Epic vs Apple). 4.0 Design — следовать Human Interface Guidelines.

TestFlight бета-тестирование: бесплатно для всех Apple Developer участников. Внутренние тестеры: до 100 (с доступом к App Store Connect). Внешние тестеры: до 10,000 (любой у

кого есть iOS устройство). Срок теста: 90 дней. TestFlight build не проходит полный App Review — только базовую проверку. Отличный способ собрать feedback перед публикацией.

Размер команды для первого приложения: solo developer: возможно но медленно. Нужно уметь: разработку, дизайн UI, написание Privacy Policy, ASO (App Store Optimization). Минимальная команда: разработчик + дизайнер + QA tester. Аутсорсинг: недорогие разработчики на Upwork ($20–$40/час из Украины, $100–$200 из США). Для первой версии приложения бюджет $5,000–$20,000.

Монетизационная стратегия до начала разработки: выберите модель до написания кода потому что она влияет на архитектуру. Free + Ads: нужны большие объёмы (1M+ активных пользователей для значительного дохода). Freemium + IAP: нужна «premium» функциональность которую действительно хотят. Subscription: лучший LTV, но нужна постоянная ценность. Paid upfront: только если есть очень сильный бренд или нишевая аудитория.

ГЛАВА 5

App Review: как пройти с первого раза

App Store Review — процесс проверки приложения перед публикацией. Apple проверяет каждое обновление. Средний срок: 24–48 часов для стандартного review. Отказ означает задержку от нескольких дней до нескольких недель (если нужны серьёзные изменения).

Причины отказа #1 по версии App Review: Guideline 4.0 Design — нарушения HIG. Приложение выглядит небрежно, placeholder контент, сломанная функциональность. Решение: тщательное тестирование на нескольких устройствах перед подачей. Guideline 5.1.1 — отсутствие Privacy Policy или неполная. Решение: создайте Privacy Policy (можно через Termly.io за $10/мес) и обязательно укажите URL в App Store Connect. Guideline 2.1 — App Completeness. Приложение присылают с Demo/Test аккаунтом но reviewer не может войти. Решение: всегда включайте demo credentials в поле «Notes to App Review». Guideline 4.2 — низкая ценность. Слишком простое приложение без реальной utility. Решение: убедитесь что приложение делает что-то значимое.

Что делать при отказе: читайте rejection причину ВНИМАТЕЛЬНО. Они цитируют конкретный Guideline. Resolve the issue — исправьте только то что указано в rejection. Не добавляйте случайно новых нарушений. Reply в Resolution Center — если не согласны с отказом, можете написать developer appeal с объяснением. Иногда reviewer ошибается. Resubmit — после исправлений.

App Review Test Account: если ваше приложение требует авторизации — ОБЯЗАТЕЛЬНО предоставьте в Notes: логин и пароль тестового аккаунта. Reviewer не будет создавать аккаунт самостоятельно — они немедленно отклонят. Тестовый аккаунт должен иметь достаточно данных чтобы показать все функции приложения.

App Store Connect Screenshots: обязательны для каждого поддерживаемого размера экрана. Минимум: 6.7-дюймовый iPhone и iPad (если поддерживаете iPad). Качественные screenshots = конверсия в скачивание. Используйте фреймы устройств (в инструментах типа AppLaunchpad или Fastlane Snapshot).

App Privacy Labels (Privacy Nutrition Labels): с iOS 14 Apple требует декларации всех данных которые собирает приложение. В App Store Connect: App Privacy раздел. Укажите: какие данные собираете. Для чего используете. Связаны ли они с идентичностью пользователя. Ложные или вводящие в заблуждение privacy labels — немедленный rejection.

Экспедированный Review: Apple предлагает Expedited Review в критических случаях: security vulnerability в текущей версии. Критическая ошибка мешающая использованию. Изменение связанное с законодательным требованием. Запрос через Resolution Center — не гарантируется но часто одобряется.

ГЛАВА 6

In-App Purchase и Subscription: монетизация правильно

In-App Purchase (IAP) — основной монетизационный инструмент App Store. В 2024 году 92% revenue App Store генерируется через IAP и подписки, а не прямыми продажами. Понимание StoreKit и правильная реализация IAP — критично для любого монетизированного приложения.

Типы IAP: Consumable — расходуемый. Виртуальная валюта, дополнительные жизни в игре. Можно купить несколько раз. Non-Consumable — неисчерпаемый. «Unlocks» функциональность навсегда. Если удалишь и переустановишь — должно восстановиться. Auto-Renewable Subscription — автоматически продлевается. Лучшая LTV. Non-Renewing Subscription — не продлевается автоматически. Подходит для контента ограниченного по времени.

StoreKit 2 (iOS 15+): современный API для IAP. async/await syntax. Built-in transaction verification (cryptographically signed). Better subscription management. Transaction.currentEntitlement для определения текущих прав пользователя. Если таргетируете iOS 15+ — используйте StoreKit 2. Для backwards compatibility с iOS 14 — StoreKit 1.

Pricing: Apple предоставляет 200+ price tiers. Вы выбираете tier для каждой страны или позволяете Apple автоматически конвертировать курс. Introductory offers — скидка для новых подписчиков (бесплатный trial, скидка в первый месяц). Promotional offers — для существующих подписчиков (win-back, upgrade). Family Sharing — подписка расшаривается на family group.

Revenue Share: 30% стандартная комиссия Apple. 15% (Small Business Program) — если ваш annualized App Store revenue <$1M. Необходимо ежегодно применяться. 15% — для

подписок после первого года (retention rate). Реальный расчёт: приложение с $100,000/год gross revenue при <$1M threshold получает $85,000 нетто.

Subscription Best Practices: Onboarding с paywall — показывайте ценность ДО paywall. Свободный trial: 7 дней работает лучше чем 14 или 30 (меньше churner без реального намерения). Annual vs Monthly: годовая подписка снижает churn радикально. Цена: годовая = ~10× месячной (подразумевает 2 месяца бесплатно). Win-back campaigns: Apple позволяет promotional offers для churned подписчиков.

Server-side validation: никогда не доверяйте IAP только на клиентской стороне. Verify receipts на вашем backend через Apple's /verifyReceipt endpoint. Это предотвращает fraud (поддельные «купленные» IAP). StoreKit 2 упрощает это через signed transactions.

App Store Optimize для монетизации: правильный pricing влияет на конверсию. A/B тестирование paywall через RevenueCat или adapty.io ($100–$500/мес). Эти платформы дают аналитику по каждому ценовому эксперименту. Типичный uplift от оптимизированного paywall: 30–80% выше конверсии.

ГЛАВА 7

App Store Optimization (ASO): видимость без рекламы

App Store Optimization (ASO) — это SEO для мобильных приложений. Правильная ASO может удвоить или утроить органические скачивания без единого доллара рекламного бюджета.

App Store ranking алгоритм: Apple не раскрывает алгоритм полностью, но ключевые факторы: Relevance (title, subtitle, keywords field). Conversion rate (% людей скачивающих приложение увидев его в поиске). Ratings and Reviews (количество и средняя оценка). Engagement (DAU, retention). Revenue (платящие приложения часто ранкируются выше). Recency (свежие обновления получают temporary boost).

Title и Subtitle: Title (30 символов): главное ключевое слово + название бренда. «Medito: Meditation & Sleep» лучше чем просто «Medito». Subtitle (30 символов): дополнительные ключевые слова. Keywords field (100 символов): НЕ повторяйте слова из title/subtitle. Отделяйте запятыми без пробелов. Используйте все 100 символов. Исследование ключевых слов: AppFollow, AppTweak, Sensor Tower. Ищите: высокий volume, низкая difficulty, релевантные вашему приложению.

Визуальные элементы = конверсия: Icon: самый влиятельный элемент. Разные иконки могут дать разницу в 30–50% конверсии. Тестируйте через Search Ads (Apple's ad platform позволяет A/B icon тест). Screenshots: первые 2–3 screenshots видны без скрола. Они должны объяснять ценность приложения ДО чтения текста. Используйте callout текст поверх скриншота. Preview Video: автовоспроизведение без звука в App Store. Первые 6 секунд определяют удержание.

Ratings & Reviews: алгоритм ранкирования учитывает количество и качество. Запрашивайте отзыв через

SKStoreReviewRequest.requestReview() после позитивного события (первый completed task, достижение). Не просите «if you like the app» — Apple запрещает conditional review prompts. Отвечайте на все negative reviews — публично видно что вы активны.

Localization для ASO: если приложение доступно в разных странах — локализуйте не только UI но и ASO metadata. Разные ключевые слова работают по-разному в US English vs UK English vs Canadian English. Особенно важно для Spanish (Spain vs Latin America) и Portuguese (Brazil vs Portugal).

In-App Events и Product Page Optimization: Apple's In-App Events: временные события внутри приложения видны прямо в App Store. Увеличивают visibility без дополнительных скачиваний. Product Page Optimization: A/B тест icon, screenshots, text для разных аудиторий. Custom Product Pages: до 35 разных страниц продукта для разных рекламных кампаний.

Конкурентный анализ: AppFollow и AppTweak позволяют видеть ключевые слова конкурентов, их рейтинг, историю обновлений, отзывы. Изучите топ-10 приложений в вашей категории: какие ключевые слова они используют. Как выглядит их paywall. Что пишут в отзывах о недостатках. Это ваша roadmap.

ГЛАВА 8

Apple Developer Enterprise и B2B приложения

Не все iOS приложения предназначены для потребителей. Корпоративный сектор — растущий и высокодоходный рынок для iOS разработчиков. B2B приложения, внутренние корпоративные инструменты, kiosk applications — всё это требует особого подхода.

Apple Developer Enterprise Program ($299/год): для внутренней дистрибуции приложений. Приложения не публикуются в App Store. Распространяются через MDM (Mobile Device Management) или прямой install link. Цель: корпоративные приложения для своих сотрудников. Требования: организация 100+ сотрудников (Apple верифицирует). D-U-N-S Number обязателен. Авторизованный представитель компании.

Ограничения Enterprise Program: категорически нельзя использовать для дистрибуции сторонним компаниям или публике. Apple регулярно выявляет злоупотребления (например, распространение неодобренных игр). Нарушение = немедленный ban аккаунта. Громкие случаи: Facebook и Google были временно забанены за распространение research apps через Enterprise Program.

MDM Solutions: для корпоративного управления iOS устройствами: Jamf Pro (лидер рынка). Microsoft Intune (хорошая интеграция с Azure AD). VMware Workspace ONE. Apple Business Manager — централизованное управление устройствами и приложениями для организаций. Через ABM вы можете: управлять устройствами компании. Распространять VPP (Volume Purchase Program) приложения. Назначать роли в App Store Connect.

B2B приложения в App Store: Custom Apps (ранее B2B Apps): публикуются в App Store но доступны только выбранным организациям. Клиент покупает через Apple Business Manager. Вы видите его как покупателя в App Store Connect. Это легальный способ продавать специализированные B2B решения через Apple экосистему.

Ценообразование для B2B: B2B приложения продаются по другой логике чем consumer. Lifetime license ($200–$2,000) или subscription ($20–$200/мес per seat). Enterprise contracts: годовой контракт на 100–1000 лицензий. SLA и support commitments. MDM managed licensing.

Kiosk Mode: для retail, hospitality, trade show applications. Guided Access (accessibility setting) или MDM-managed single-app mode. Устройство работает только в одном приложении. Не требует Enterprise Program — стандартный Developer Program достаточен. Популярно в: ресторанах (menu ordering), отелях (check-in), медицинских учреждениях (patient intake).

Apple Configurator 2: бесплатный инструмент для mass deployment iOS устройств. Настройка одного или множества устройств с одинаковыми settings и apps. Полезно для розничных компаний с множеством точек продаж.

ГЛАВА 9

Монетизация и рост: путь к $10K MRR

Большинство приложений зарабатывают мало. Но те кто правильно строит продукт, ASO и маркетинг — достигают значительного дохода. $10,000 Monthly Recurring Revenue ($120,000/год) — реалистичная цель для правильно созданного subscription приложения за 18–24 месяца.

Математика $10K MRR через подписку: вариант 1: $9.99/мес × 1,001 активных подписчиков = $10,000 (минус 15% Apple = $8,500 нетто). вариант 2: $4.99/мес × 2,004 подписчиков. вариант 3: $99/год × 1,213 подписчиков (÷12 для MRR). Ключевые метрики: Trial Conversion Rate (benchmark: 20–40%). Monthly Churn Rate (benchmark для health app: 5–10%). LTV (12-месячная подписка × (1/monthly churn)).

Путь к первым 1,000 подписчикам: органика через ASO — долго но бесплатно. Apple Search Ads — самый эффективный платный канал. CPT (Cost per Tap) $0.50–$5.00 в зависимости от конкуренции. Acquisition cost обычно $3–$20. Content marketing (YouTube, TikTok, Instagram) — показываете как использовать приложение. Влияет на branded search. PR (TechCrunch, Product Hunt, App of the Day) — один выход может дать 5,000–50,000 органических скачиваний. Product Hunt — ежегодно Product of the Day для мобильных приложений дают тысячи downloads.

Apple Search Ads: Apple's официальная рекламная платформа. Показывает объявления в App Store поиске. Лучший targeting в мире для iOS аудитории. Форматы: Search Match (автоматические ключевые слова). Exact Match (конкретные ключевые слова). Browse Ads (на страницах похожих приложений). Average ROAS для subscription apps: 3:1 — 8:1.

Analytics стек: RevenueCat ($0–$100+/мес) — subscription analytics, A/B тесты, cross-platform. Mixpanel или Amplitude —

user behavior analytics. AppsFlyer или Adjust — attribution (откуда пришли пользователи). Crashlytics (Firebase) — crash reporting бесплатно.

Product velocity: лучшие приложения выпускают обновления каждые 2–4 недели. Каждый новый feature = In-App Event = дополнительная visibility в App Store. Changelog должен быть читаемым и маркетинговым. «Новая темная тема, которую вы просили» — а не «bug fixes and improvements».

Scaling beyond $10K MRR: веб-версия (через web app с Stripe — избегаете 30% Apple tax). Android версия (React Native упрощает cross-platform). B2B Corporate plans. Партнёрства с другими приложениями (cross-promotion). Acquisition: сильный MRR делает ваше приложение привлекательным для acquihire или прямой продажи. Мультипликатор для SaaS/subscription apps: 2–5× ARR.

Что дальше

Спасибо, что прочитали «Apple Developer Account: от DUNS до App Store».

Обновления этой книги, файлы EPUB и PDF и все гайды серии — на странице книги: guides.mmix.biz/apple-dev

Если нужна помощь специалистов по теме «Компания для App Store и Google Play»: Legal Solutions — legal.ua.

Максим Степаненко, Innova Publishing.