

教你做一款会赚钱的APP

- 📶 涵盖APP设计、营销、运营、推广的图解全集
- 📶 专注企业APP的赚钱实战，技巧案例经典放送
- 📶 解决企业APP的开发痛点，实用技巧保驾护航
- 📶 拓展企业APP的运营经验，真实案例精华奉献



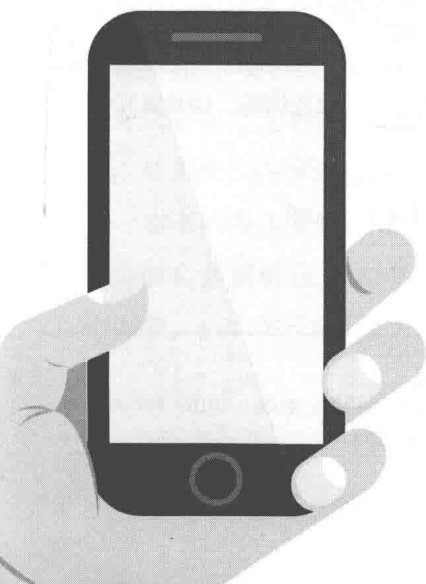
CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE



APP 营销实战

教你做一款会赚钱的APP

刘伟◎编著



中国铁道出版社
CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE

内 容 简 介

目前，国内进行移动 APP 开发的创业与经营者有数百万人，但成功率却不到 1%，90% 以上的开发运营者都是在“白忙活”，这是为什么呢？

本书从两条线为大家讲解：一条是横向案例线，书中引用并精彩剖析了 70 多个企业的 APP 案例，通过汲取成功企业的 APP 运营经验，减少走弯路、错路，为企业节省成本，增加成功概率！

另一条是纵向技巧线，一条龙式帮助大家打造一款会赚钱的 APP。

本书适用于企业中开发 APP 的团队人员、利用企业 APP 进行营销的公司、转型企业的管理者和领导者、营销公司或大型企业的培训教材、专业的企业 APP 设计团队和 APP 兴趣爱好者。

图书在版编目（CIP）数据

APP 营销实战：教你做一款会赚钱的 APP / 刘伟编著. —北京：
中国铁道出版社，2016. 12

ISBN 978-7-113-22433-2

I. ① A… II. ① 刘… III. ① 网络营销 IV.

① F713. 365. 2

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2016）第 246025 号

书 名：APP 营销实战：教你做一款会赚钱的 APP

作 者：刘 伟 编著

责任编辑：张亚慧

读者热线电话：010-63560056

责任印制：赵星辰

封面设计：MX DESIGN
STUDIO

出版发行：中国铁道出版社（北京市西城区右安门西街 8 号 邮政编码：100054）

印 刷：三河市兴达印务有限公司

版 次：2016 年 12 月第 1 版 2016 年 12 月第 1 次印刷

开 本：700mm×1000mm 1/16 印张：18.75 字数：324 千

书 号：ISBN 978-7-113-22433-2

定 价：45.00 元

版权所有 侵权必究

凡购买铁道版图书，如有印制质量问题，请与本社读者服务部联系调换。电话：（010）51873174

打击盗版举报电话：（010）51873659

前言

FOREWORD

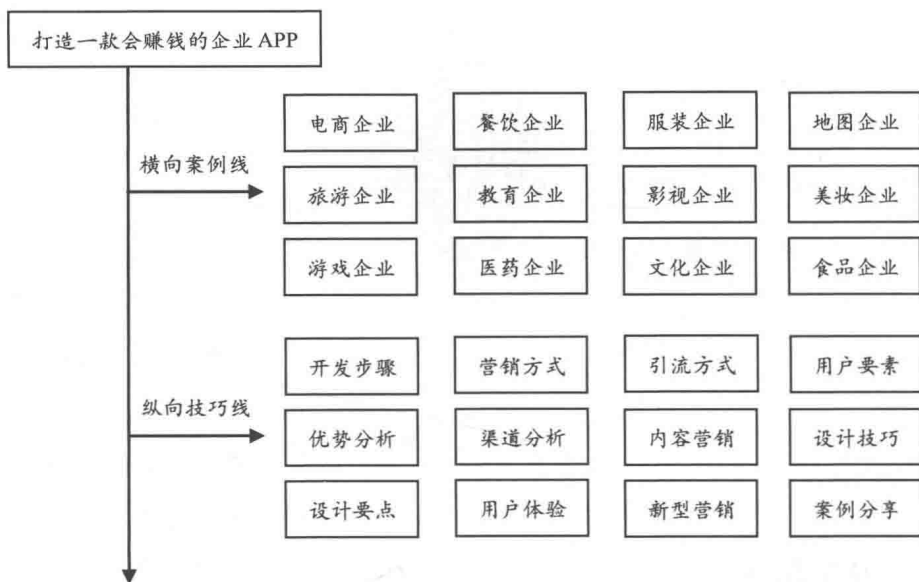
01 内容精髓

随着网络的快速发展，企业要想获得影响力，并增强用户黏性，推出企业的 APP 已经是必然的一步。

在未来的 10 年里，随着移动端的发展，APP 仍然是最具潜力、市场广阔的领域。如何抢先一步推出 APP？如何打造一款赚钱的企业 APP？这是每一个企业想要进行长期发展而都要解决的一个问题。

本书是一本以打造会赚钱的企业 APP 为核心目标，以引导读者快速了解并掌握企业 APP 设计、营销、运营、推广等内容为根据出发点的专著。全书内容围绕企业“拥抱”移动互联网进行讲述，以图解方式深度剖析企业 APP 的市场、技巧、优势、趋势、制作流程、设计理念等，结合目前对大众影响广泛的优质企业 APP，比如，蘑菇街、京东、海底捞、优衣库等，对实战性内容进行应用性的讲解。

本书内容主要是理论技巧与案例相结合，从横向案例线和纵向技巧线两方面全面解析企业 APP 的相关内容，帮读者快速打造一款会赚钱的企业 APP，引爆用户流量。



02 写作驱动

越来越多的企业关注到 APP 的巨大潜力，无论是信息的有效传达，还是用来提升用户黏性，APP 这个工具都有着绝对的优势。在微信公众号、PC 端网站和 APP 共同成为企业发展“三驾马车”的当下，企业没有 APP 就相当于没有发展潜力。

无论是“双十一”全民点击淘宝 APP 的情况，还是春晚时人们用手机登录支付宝收集福字的行为，都能够体现出企业 APP 的影响力。对于企业而言，慢一步，慢的不仅仅是时间，更会错失机遇。

目前市场上关于写 APP 营销、推广之类的书众多，但是却极少有将企业 APP 设计、营销、运营、推广等集一系列内容于一体的书。所以笔者潜心收集并整合相关资料，结合实战案例，打造出这本针对企业 APP 的实战型宝典。

在全书的整体内容中，主要分为以下两个方面。

- 横向案例：通过对影响力较强，与用户生活息息相关的 16 个企业的 APP 进行分析，深入地认识企业 APP 实战中的设计与运营技巧。

► 纵向技巧：从企业 APP 设计的最初团队组成到企业 APP 开发的最后营销推广，本书一条龙式地提供内容，只为打造出一款能赚钱的企业 APP。

我们的生活越来越离不开 APP，以微信为例，大部分人每天不登录微信看看信息就会觉得生活中缺少些什么，这种移动客户端已经成为我们生活中的一部分。这种生活方式为企业 APP 的发展带来了巨大的可作为的空间，但是如果没有技巧的支持，那么单个的企业还是很难在互联网浪潮中脱颖而出，被用户认可的。

APP 为大众的生活带来了便利，而 O2O 趋势的发展又进一步促使线上的 APP 与线下的社区等相结合。人们越来越习惯垂直化的功能服务，以及便利的生活体验，而这些并不是功能简单的微信公众号能够做到的，也不是烦琐的 PC 端网站能够带来的，唯有便捷又功能全面的 APP 能够满足这样的需求。

在写作这本书的过程中，笔者时常将个人智能手机上的企业 APP 拿来作案例，而这些企业 APP 中的大部分都是拥有广泛用户基础的。之所以优质的企业 APP 能够在 APP 的千军万马中取得成功，是因为它们的设计、运营等多个方面确实要比其他的 APP 更优秀、更成功、更完美，也更符合用户的需求。对于尚未打造出一款优秀 APP 的企业而言，善于去借鉴这类成功者，其实也是一种有潜力的表现。

笔者在本书中针对企业 APP 提出了 4 个开发步骤、4 种线下营销方式、5 种直接引流的方法、5 个用户要素分析、6 种营销优势、6 种传统营销方式、6 种推广渠道分析、6 个内容营销的步骤、10 个设计技巧、10 个设计要点，对企业 APP 进行了详细的分析。

通过这种系统翔实地讲述，希望能够为读者带来真实的作用，成就一款能赚钱的企业 APP，帮助读者铺就一条走向成功的捷径。

03 适合人群

本书结构清晰、内容翔实、语言简洁、图解特色鲜明，适合以下读者学习使用。

(1) 企业中开发 APP 的团队人员，本书提供关于企业 APP 团队分工、需求分析、项目运作、开发技巧、设计理念、设计要点等方面的实用性内容，能够更好地指导企业 APP 的开发。

(2) 利用企业 APP 进行营销的公司，本书提供关于企业 APP 营销推广的技巧、消费群体的定位，目前企业 APP 发展的现状剖析及未来发展趋势等内容，帮助公司更好地挖掘企业 APP 的真实价值。

(3) 转型企业的管理者和领导者，本书提供关于企业 APP 的重要性说明、市场发展的趋势分析、企业 APP 的潜力展示等方面内容，让决策者快速认识企业 APP，了解企业 APP，并善于使用企业 APP。

(4) 营销公司或大型企业的培训教材，本书提供企业 APP 的理论知识了解、目前企业 APP 市场的分析、全套的企业 APP 开发流程，以及真实的企业 APP 案例分析，详解企业 APP 的每个细节内容，切入时代发展的角度，更好地培养出专业人才。

(5) 专业的企业 APP 设计团队和 APP 兴趣爱好者，本书提供更新、更优质、更全面的专业知识，同时通过企业 APP 的实战案例，让读者进一步提升个人专业水平，从而拥有更广阔的视野。

04 作者售后

由于作者知识水平有限，书中难免有错误和疏漏之处，恳请广大读者批评、指正，联系邮箱：feilongbook@163.com。

编者

2016 年 8 月

目录

CONTENTS

1

CHAPTER

移动营销：APP 火爆来袭

1.1 APP，引爆移动互联网 / 2

1.1.1 什么是 APP / 2

1.1.2 移动互联网成就 APP 狂潮 / 3

1.1.3 APP 的创意表现 / 4

1.1.4 APP 的运营推广 / 5

1.2 移动端企业 APP 的设计技巧 / 6

1.2.1 专注于用户体验 / 7

1.2.2 使用模糊的背景 / 7

1.2.3 简单的导航模式 / 8

1.2.4 滚动模式的好处 / 10

1.2.5 醒目突出的字体 / 10

1.2.6 简单色调的搭配 / 11

1.2.7 软件的情景感知 / 13

1.2.8 拟物设计的兴起 / 14

- 1.2.9 高质量的分辨率 / 15
- 1.2.10 简洁的升级提示 / 16
- 1.3 APP 营销的发展前景 / 17
 - 1.3.1 适用环境更广 / 17
 - 1.3.2 使用体验更好 / 19
 - 1.3.3 用户规模更大 / 20
 - 1.3.4 支付更加便捷 / 21

2

CHAPTER

APP 的营销优势

- 2.1 APP 营销的主要优势 / 24
 - 2.1.1 物美价廉的软件 / 25
 - 2.1.2 用户黏性强度高 / 25
 - 2.1.3 全面立体的展示 / 26
 - 2.1.4 随身携带灵活化 / 27
 - 2.1.5 营销的交互性强 / 29
 - 2.1.6 增加产品营业额 / 30
- 2.2 企业营销精准化 / 31
 - 2.2.1 目标人群定位更精准 / 31
 - 2.2.2 信息发布服务更实时 / 33
 - 2.2.3 线上用户互动性更强 / 34
 - 2.2.4 服务的体验更加便捷 / 36

- 2.3 客户营销实用化 / 37
 - 2.3.1 强大的功能服务 / 37
 - 2.3.2 形式多样的展现 / 39
 - 2.3.3 实时交流与反馈 / 40
 - 2.3.4 提升企业的形象 / 42
- 2.4 消费群体趋势化 / 43
 - 2.4.1 男性用户群体 / 43
 - 2.4.2 高收入群体 / 44
 - 2.4.3 年轻化群体 / 45

3

CHAPTER

开发企业 APP 流程

- 3.1 做好 APP 需求分析——企业到底要什么 / 48
 - 3.1.1 确定企业 APP 的自身需求 / 48
 - 3.1.2 做好 APP 定位与功能目标 / 49
 - 3.1.3 了解企业的真实目标用户 / 50
 - 3.1.4 收集与优化用户直接需求 / 52
 - 3.1.5 整理需求转换为 APP 页面 / 53
- 3.2 做好用户分析——企业的消费群体在哪里 / 55
 - 3.2.1 用户需求是产品需求的来源 / 55
 - 3.2.2 企业目标用户是什么 / 57

- 3.2.3 了解用户的真实需求 / 58
- 3.2.4 研究 APP 的有效用户 / 59
- 3.3 建立开发团队——成员、计划与注意事项 / 60
 - 3.3.1 开发团队的成员确认 / 61
 - 3.3.2 制订软件的开发计划 / 63
 - 3.3.3 开发过程的相关事项 / 65
- 3.4 研究项目运作——研究、设计、开发 / 66
 - 3.4.1 寻找项目切入点 / 66
 - 3.4.2 进行阶段性测试 / 67
 - 3.4.3 应用模块的构架 / 68
 - 3.4.4 进行调查和评估 / 70
 - 3.4.5 招募合伙供应商 / 70

4

CHAPTER

APP 如何来设计

- 4.1 移动 APP 设计理念 / 74
 - 4.1.1 定位精准 / 74
 - 4.1.2 产品专业 / 75
 - 4.1.3 服务专注 / 78
- 4.2 企业 APP 的设计要点 / 79
 - 4.2.1 登录界面 / 80

- 4.2.2 性能设计 / 82
- 4.2.3 细节设计 / 86
- 4.2.4 O2O 模式的嵌入 / 88
- 4.2.5 合适类型的打造 / 89
- 4.2.6 用户参与的满足 / 91
- 4.2.7 场景模拟的真实 / 92
- 4.2.8 网络资源的利用 / 93
- 4.2.9 程序系统的更新 / 95
- 4.2.10 后台数据的分析 / 96

5

CHAPTER

吸引流量，让 APP 脱颖而出

- 5.1 APP 客户端是吸引流量的法宝 / 100
 - 5.1.1 网络宣传的新载体 / 100
 - 5.1.2 搭建新型销售渠道 / 102
 - 5.1.3 完美运用社交元素 / 107
 - 5.1.4 满足多元化的服务 / 108
- 5.2 APP 推广须知 / 110
 - 5.2.1 APP 推广有深入认识 / 110
 - 5.2.2 所有用户进行分类 / 113
 - 5.2.3 适当地采用免费资源共享 / 116

5.2.4 尽可能地打造百分百效果 / 118

5.2.5 付费推广也是重要的手段 / 120

5.3 APP 引流方法 / 121

5.3.1 自主提升下载量 / 121

5.3.2 积分墙任务方式 / 121

5.3.3 增加软件评论数 / 122

5.3.4 新品开发引流量 / 123

5.3.5 非理性隐形安装 / 123

6

CHAPTER

抢占移动端入口

6.1 APP 的传统营销方式 / 126

6.1.1 产品介绍 / 126

6.1.2 在线购物 / 126

6.1.3 功能说明 / 127

6.1.4 活动营销 / 128

6.1.5 游戏营销 / 129

6.1.6 广告营销 / 130

6.2 APP 的新型营销方式 / 130

6.2.1 饥饿营销 / 131

6.2.2 借力营销 / 132

6.2.3 口碑营销 / 133

6.2.4 事件营销 / 135

6.2.5 精准营销 / 137

6.2.6 微博引流营销 / 139

6.2.7 微信合作营销 / 140

6.3 APP 的线下营销方式 / 141

6.3.1 海报宣传营销 / 141

6.3.2 Wi-Fi 人气营销 / 143

6.3.3 软件体验推广 / 143

6.3.4 传统媒体加盟 / 144

6.4 APP 的推广渠道分析 / 145

6.4.1 移动广告推广 / 145

6.4.2 插屏广告推广 / 146

6.4.3 手机预装推广 / 146

6.4.4 人气论坛推广 / 147

6.4.5 社交媒体推广 / 148

6.4.6 搜索引擎推广 / 150

7

CHAPTER

让用户只信任你

7.1 走进用户心里的内容模式 / 154

7.1.1 情感是走进用户的切入点 / 154

- 7.1.2 惊喜能拉近和用户的距离 / 155
- 7.1.3 真实可以帮助用户更认可 / 156
- 7.2 APP 该传播什么样的内容 / 157
 - 7.2.1 做好基本的内容“装修” / 158
 - 7.2.2 做好内容的多次包装 / 159
 - 7.2.3 让用户自产优质信息 / 161
- 7.3 对内容进行运营的基本流程 / 162
 - 7.3.1 内容策略定位 / 162
 - 7.3.2 内容测试反馈 / 164
 - 7.3.3 培养用户习惯 / 165
 - 7.3.4 长期运营方针 / 167
 - 7.3.5 互动产生内容 / 171
 - 7.3.6 提供优质服务 / 172

8

CHAPTER

将用户作为中心

- 8.1 评价企业 APP 的用户体验要素 / 176
 - 8.1.1 是否符合项目启动时的定位和目标 / 176
 - 8.1.2 功能设计是否满足用户群体的需求 / 177
 - 8.1.3 内容是否为用户群体所感兴趣 / 179
 - 8.1.4 交互设计是否符合用户的预期 / 181

8.1.5 视觉是否符合用户群体的审美 / 182

8.2 良好的用户体验可以提高好评率 / 183

8.2.1 参考同行软件中的优秀 APP / 183

8.2.2 分析市场流行的多类型 APP / 184

8.2.3 深度挖掘目标用户群体数据 / 185

8.2.4 邀请用户参与 APP 功能设计 / 186

8.2.5 让用户从受吸引到自愿付费 / 187

8.3 如何引导用户为 APP 提交好评 / 188

8.3.1 减少强制性的弹窗提示 / 188

8.3.2 以温和的方式提出请求 / 190

8.3.3 不要在一周内邀请评分 / 190

8.3.4 正确态度对待负面评价 / 191

9

CHAPTER

电商企业 APP 设计与运营案例分析

9.1 蘑菇街 APP——优质的女性购物平台 / 194

9.1.1 登录界面：符合女性定位的纯色表现 / 194

9.1.2 导航设计：快速地引导用户查询信息 / 195

9.1.3 定位精准：只为女性服务的专业 APP / 196

9.1.4 社交元素：吸引流量留住用户的手段 / 197

9.1.5 用户功能：为用户打造网络购物小家 / 198

9.2 京东 APP——综合的网上购物商城 / 199

- 9.2.1 趣味风格：迎合大众的流行观念 / 199
- 9.2.2 产品全面：满足用户多层次需求 / 200
- 9.2.3 功能丰富：提供一站式购物服务 / 201
- 9.2.4 活动众多：通过活动去增强黏性 / 202
- 9.2.5 金融特色：打造平台的独特魅力 / 203

10 CHAPTER

餐饮企业 APP 设计与运营案例分析

- 10.1 海底捞 APP——全力辅助线下营业 / 206
 - 10.1.1 地图导航：信息展示以实用性为主 / 206
 - 10.1.2 游戏模块：通过娱乐方式吸引用户 / 208
 - 10.1.3 功能全面：引导用户进行线下消费 / 208
 - 10.1.4 信息更新：确保用户获得及时服务 / 209
 - 10.1.5 特色社交：交流提升 APP 用户黏性 / 210
- 10.2 饿了么 APP——功能特色与平台魅力 / 211
 - 10.2.1 订餐服务：信息全面与配送快速 / 211
 - 10.2.2 功能特色：满足用户多方面要求 / 212
 - 10.2.3 平台魅力：高品质的品牌形象力 / 213
 - 10.2.4 严格核查：高要求考察商家条件 / 214
 - 10.2.5 多重活动：吸引与留住 APP 用户 / 214