

从理论到实战，一本书看透App营销奥秘  
从入门到精通，快速成长为App营销高手

# APP营销与运营 一册通

原则+案例+技巧 / 陈 丰◎著



6大App营销思维  
7大App盈利模式

6大App设计技巧  
5大App营销技巧

5大App推广方法  
6大行业营销案例



中国工信出版集团



人民邮电出版社  
POSTS & TELECOM PRESS

# App 营销与运营一册通

原则 + 案例 + 技巧

陈丰 著

人民邮电出版社  
北 京

## 图书在版编目 (CIP) 数据

APP营销与运营一册通：原则+案例+技巧 / 陈丰著

. — 北京：人民邮电出版社，2016.7

ISBN 978-7-115-42572-0

I. ①A… II. ①陈… III. ①网络营销 IV.  
①F713.36

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第116395号

## 内 容 提 要

随着移动互联网和智能手机的普及，越来越多的企业意识到 App 的巨大作用，纷纷加入 App 营销的队伍。App 正在深入地改变着人们的生活，改变着传统的营销模式。

本书深入分析了 App 营销的特点和优势，讲述了 App 的设计方法、推广技巧、营销思维和盈利模式，并分别从微信、微博及 O2O 的角度介绍了 App 营销的方法和技巧，还结合大量实际案例探讨了服装、餐饮、房地产、旅游等传统行业如何玩转 App 营销。

本书适合各类企业经营管理人员、营销人员、App 开发人员阅读，还可作为对 App 营销和自主创业感兴趣的读者的参考读物。

---

◆ 著 陈 丰

责任编辑 庞卫军

责任印制 焦志炜

◆ 人民邮电出版社出版发行

北京市丰台区成寿寺路 11 号

邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

北京隆昌伟业印刷有限公司印刷

◆ 开本：700×1000 1/16

印张：14.5

2016 年 7 月第 1 版

字数：150 千字

2016 年 7 月北京第 1 次印刷

---

定 价：45.00 元

读者服务热线：(010) 81055656 印装质量热线：(010) 81055316

反盗版热线：(010) 81055315

广告经营许可证：京东工商广字第 8052 号



## 前言

如今，移动互联网在国内的发展极为迅速，而这种爆发式的增长也带动了 App 市场的快速发展。除了传统的多媒体、游戏领域外，App 也逐渐渗透到衣食住行等与人们的生活息息相关的领域，比如地图、团购、天气、酒店、美食等。App 正潜移默化地改变着人们的日常生活，逐渐成为人们离不开的一种工具。

每天早上，很多人起床第一件事就是打开天气类 App 看看天气如何；出门的时候，可以用实时公交类 App 看看公交车到哪里了、还有多久可以上车；午餐的时候，打开订餐类 App 随手一点，就可以坐等美食上门；乘坐公交车或者地铁回家的时候，可以打开社交类 App，和朋友分享这一天的精彩瞬间；烦闷的时候可以玩游戏类 App，想买东西的时候可以上购物类 App，和朋友聚餐的时候可以看团购类 App……有了 App，购物、社交、娱乐变得如此简单。

App 不但改变了人们的生活方式，也改变了企业的营销模式。滴滴出行已占据了国内出租车叫车软件市场 99% 的份额，并快速从一个打车软件成长为涵盖出租车、专车、快车、顺风车、代驾及大巴等多项业务的一站式出行平台；美团外卖没有实体店，却占据了高达 50% 的市场份额，成为外卖市场

的领跑者；老牌电商京东商城的统计数据显示，目前他们来自 App 的订单量增长迅速，订单占比突破 70%……

滴滴出行、美团外卖、京东商城等企业的成功案例，让更多的人对 App 营销产生了兴趣，各行各业都纷纷研究如何开发 App、如何用 App 吸引用户、如何用 App 盈利。但对很多商家而言，用 App 来开展营销是一门全新的课程，需要不断的探索和学习。其实 App 营销并不难，本书要介绍的就是一套简单、有效的 App 营销与运营之术，能让读者对 App 营销有一个全方位的了解和把握。

本书结合市场现状，辅以各行业经典 App 营销案例，介绍了 App 营销的特点和优势，解读了 App 的六大营销思维、六大设计技巧、五大推广方法、七大盈利模式及五大营销技巧，并从微信、微博、O2O 的角度给出了 App 营销与运营的方法，让读者从入门到精通，快速成长为 App 营销高手。

本书最大的特色就是注重实战，在讲述方法时辅以案例解读，总结出了切实可行的 App 营销原则和技巧，易于读者理解和消化，可以快速应用于实际工作中。希望本书可以帮助读者在 App 营销的道路上越走越顺，将自己的产品和服务完美地呈现到客户面前。

# 1

## 认识 App：真正的移动营销从 App 开始 / 1

### 1.1 初识 App / 2

#### 1.1.1 什么是 App / 3

#### 1.1.2 App 出现的背景 / 4

### 1.2 App 与 WAP 手机网站的区别 / 5

#### 1.2.1 操作方式不同 / 5

#### 1.2.2 推广渠道不同 / 6

#### 1.2.3 展现形式不同 / 6

### 1.3 App 营销的特点 / 6

#### 1.3.1 便捷 / 6

#### 1.3.2 精准 / 7

#### 1.3.3 个性化 / 9

### 1.4 App 营销的优势 / 10

#### 1.4.1 成本低 / 10

1.4.2 信息全面 / 11

1.4.3 灵活性高 / 11

1.4.4 可持续性强 / 11

1.5 App 给人们的生活带来的变化 / 11

## 2

## App 营销思维：打破思维里的墙 / 13

2.1 碎片化思维 / 14

2.1.1 利用好消费者的每一秒钟 / 14

2.1.2 每一条碎片化信息都暗藏用户需求 / 16

2.2 粉丝思维 / 17

2.2.1 没有粉丝就别谈 App / 18

2.2.2 粉丝就是消费者 / 19

2.3 尖叫思维 / 21

2.3.1 找到用户需求 / 21

2.3.2 要做到用户心坎上 / 23

2.3.3 体验是王道 / 23

2.4 焦点思维 / 24

2.4.1 明确自身的焦点优势 / 25

2.4.2 专注于焦点 / 27

2.5 第一思维 / 28

2.5.1 争做第一 / 28

2.5.2 打破消费者思维定势 / 29

2.5.3 靠颠覆式创新抢占先机 / 32



## 2.6 迭代思维 / 33

### 2.6.1 速度当先时代的生存法则 / 34

### 2.6.2 快一步，再快一步 / 36

# 3

## 巧设计，让你的 App 独树一帜 / 39

### 3.1 App 定位 / 41

#### 3.1.1 导向精确 / 41

#### 3.1.2 产品专业 / 42

#### 3.1.3 服务贴心 / 44

### 3.2 狠抓实用性，降低用户使用门槛 / 46

#### 3.2.1 简单明了，不要让用户迷惑 / 47

#### 3.2.2 提供详尽信息，立体展示产品 / 49

#### 3.2.3 永远不要为了美观牺牲功能 / 51

### 3.3 提升产品体验，让用户欲罢不能 / 51

#### 3.3.1 虚拟产品体验，帮助用户作出决策 / 52

#### 3.3.2 休闲游戏，满足用户娱乐需求 / 53

#### 3.3.3 有奖竞逐，让用户产生成就感 / 53

#### 3.3.4 超出用户预期 / 55

### 3.4 私人订制，迎合用户口味 / 55

#### 3.4.1 完善订制服务，促成个性消费 / 55

#### 3.4.2 延伸其他服务，培育长久关系 / 56

### 3.5 逆向思维，助力 App 创意 / 58

#### 3.5.1 放大后果，击中用户痛点 / 58

#### 3.5.2 亮出武器，让用户喜极而泣 / 59



### 3.6 移动支付不可少 / 60

3.6.1 安全，三重保护机制 / 60

3.6.2 方便快捷，多种支付方式 / 61

3.6.3 App 嵌入扫码支付 / 62

## 推广 App：快速获得用户增长 / 65

### 4.1 崭露头角，基础上线 / 66

4.1.1 入驻各大平台，覆盖应用商店 / 67

4.1.2 线下预装，让 App 成为手机预装软件 / 69

### 4.2 扎根互联网，全面出击 / 71

4.2.1 微博推广 / 71

4.2.2 软文推广 / 73

4.2.3 论坛贴吧推广 / 75

4.2.4 视频网站推广 / 77

### 4.3 找准伙伴，合作推广 / 78

4.3.1 内容合作 / 78

4.3.2 开屏广告 / 79

4.3.3 弹窗 / 80

4.3.4 焦点图 / 80

4.3.5 应用内推荐 / 81

### 4.4 转移阵地，线下推广 / 81

4.4.1 活动推广 / 82

4.4.2 永不过时的地推 / 83



## 4.5 付费推广 / 84

### 4.5.1 应用商店付费推广 / 84

### 4.5.2 门户网站付费推广 / 84

# 5 App 盈利：让你的 App 盈利的七种模式 / 87

## 5.1 服务模式 / 89

### 5.1.1 成为超级 App，利用导流收费 / 89

### 5.1.2 竞价排名，坐收广告费 / 91

### 5.1.3 卖推广位 / 92

### 5.1.4 一对一换量收费 / 92

## 5.2 购物网站模式 / 93

### 5.2.1 做电商购物 App / 94

### 5.2.2 官网升级 App，靠移动终端盈利 / 95

## 5.3 积分墙盈利模式 / 96

### 5.3.1 赋予用户免费获取积分的权利 / 96

### 5.3.2 从免费到收入 / 97

## 5.4 会员模式 / 98

### 5.4.1 会员缴费享特殊待遇 / 98

### 5.4.2 发放电子会员卡，壮大会员队伍 / 99

## 5.5 订阅模式 / 101

### 5.5.1 通过付费持续获得服务 / 101

### 5.5.2 做任务完成订阅 / 102

## 5.6 跨界合作模式 / 103

### 5.6.1 强强联手，合作共赢 / 104



5.6.2 共享资源 / 105

5.6.3 傍大树，好盈利 / 106

5.7 广告模式 / 108

5.7.1 硬广植入 / 108

5.7.2 品牌植入 / 109

## **App 营销：五大技巧让品牌“旺”起来 / 111**

6.1 用户就是上帝 / 112

6.1.1 抓住用户痛点 / 113

6.1.2 没有痛点就要挖掘痛点 / 113

6.2 融合品牌元素，让品牌为 App 营销助力 / 116

6.2.1 注重品牌的核心价值 / 117

6.2.2 通过品牌效应吸引用户 / 120

6.2.3 让用户关注产品背后的精神 / 121

6.3 带着情怀卖产品 / 122

6.3.1 学会讲故事，洞察用户情感需求 / 123

6.3.2 抛出情感炸弹，突破用户心理防线 / 124

6.4 广交友，促成交 / 125

6.4.1 找准朋友，优劣互补 / 127

6.4.2 利用名人效应 / 128

6.5 做差异化、有创意的产品 / 129

6.5.1 私人订制不再遥远 / 130

6.5.2 打造差异化产品要创意为先 / 130





# 7

## 微博 App：玩好微博，名利双收 / 133

### 7.1 什么是微博 App / 134

#### 7.1.1 微博是什么 / 134

#### 7.1.2 微博 App 的特点 / 135

#### 7.1.3 微博 App 的优势 / 135

### 7.2 微博 App 营销技巧 / 136

#### 7.2.1 文字精彩，拒绝平淡 / 137

#### 7.2.2 创意活动，粉丝无限 / 137

#### 7.2.3 用好搜索，脱颖而出 / 138

#### 7.2.4 品牌植入，百花齐放 / 139

#### 7.2.5 做好口碑，长长久久 / 139

#### 7.2.6 微博雷达，鲜为人知的营销之地 / 140

### 7.3 微博 App 的商机 / 141

#### 7.3.1 粉丝就是一切 / 141

#### 7.3.2 让名人帮你做推广 / 142

#### 7.3.3 嵌入商城做直推 / 143

### 7.4 制造微博话题，引发口碑传播 / 143

#### 7.4.1 抓住热点做话题 / 144

#### 7.4.2 发送微博视频引点击 / 145

### 7.5 做所有 App 推广的有力平台 / 146

#### 7.5.1 推广自有 App 刻不容缓 / 146

#### 7.5.2 多推其他 App 广受益 / 147

# 8

## 微信 App：玩的是社交，赢的是流量 / 149

### 8.1 什么是微信 App / 150

8.1.1 微信不只是一个聊天工具 / 151

8.1.2 微信 App 的商机 / 151

### 8.2 微信朋友圈营销有大招 / 154

8.2.1 及时发朋友圈，争做第一 / 154

8.2.2 广结好友，做“朋友买卖” / 155

8.2.3 图文并茂的朋友圈才更有魅力 / 156

### 8.3 微信公众号营销 / 157

8.3.1 公众号应该推送这些内容 / 157

8.3.2 推送时间要精准 / 159

8.3.3 推送吸引用户转发的内容 / 160

### 8.4 良好互动更有利于 App 推广 / 160

8.4.1 人工服务更有人情味 / 160

8.4.2 及时回复显态度 / 162

8.4.3 亲切互动，让用户反复购买 / 163

### 8.5 口碑营销有力量 / 163

### 8.6 微信 + 企业 App，打造“营销航母” / 165

8.6.1 公众号内嵌入 App / 165

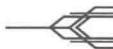
8.6.2 双管齐下共盈利 / 165

# 9

## O2O+App：电商竞争新格局 / 167

### 9.1 O2O 模式的优势 / 169

### 9.2 利用 App 打通线上线下闭环 / 170



- 9.2.1 做极致 App，线上线下同发力 / 170
- 9.2.2 利用 App 支付打造 O2O 闭环 / 171
- 9.3 O2O 重要的是体验 / 172
  - 9.3.1 App 终端体验要完美 / 173
  - 9.3.2 线下体验更要无可挑剔 / 174
- 9.4 当 O2O 遇到社交类 App / 175
  - 9.4.1 街景扫描让微信更完善 / 176
  - 9.4.2 接入本地生活服务 / 176
- 9.5 社区 App 玩转 O2O / 177
  - 9.5.1 本地社区 App / 178
  - 9.5.2 家政类 App / 179
  - 9.5.3 商超配送 App / 179
  - 9.5.4 快递收寄 App / 180
  - 9.5.5 医疗医药 App / 181

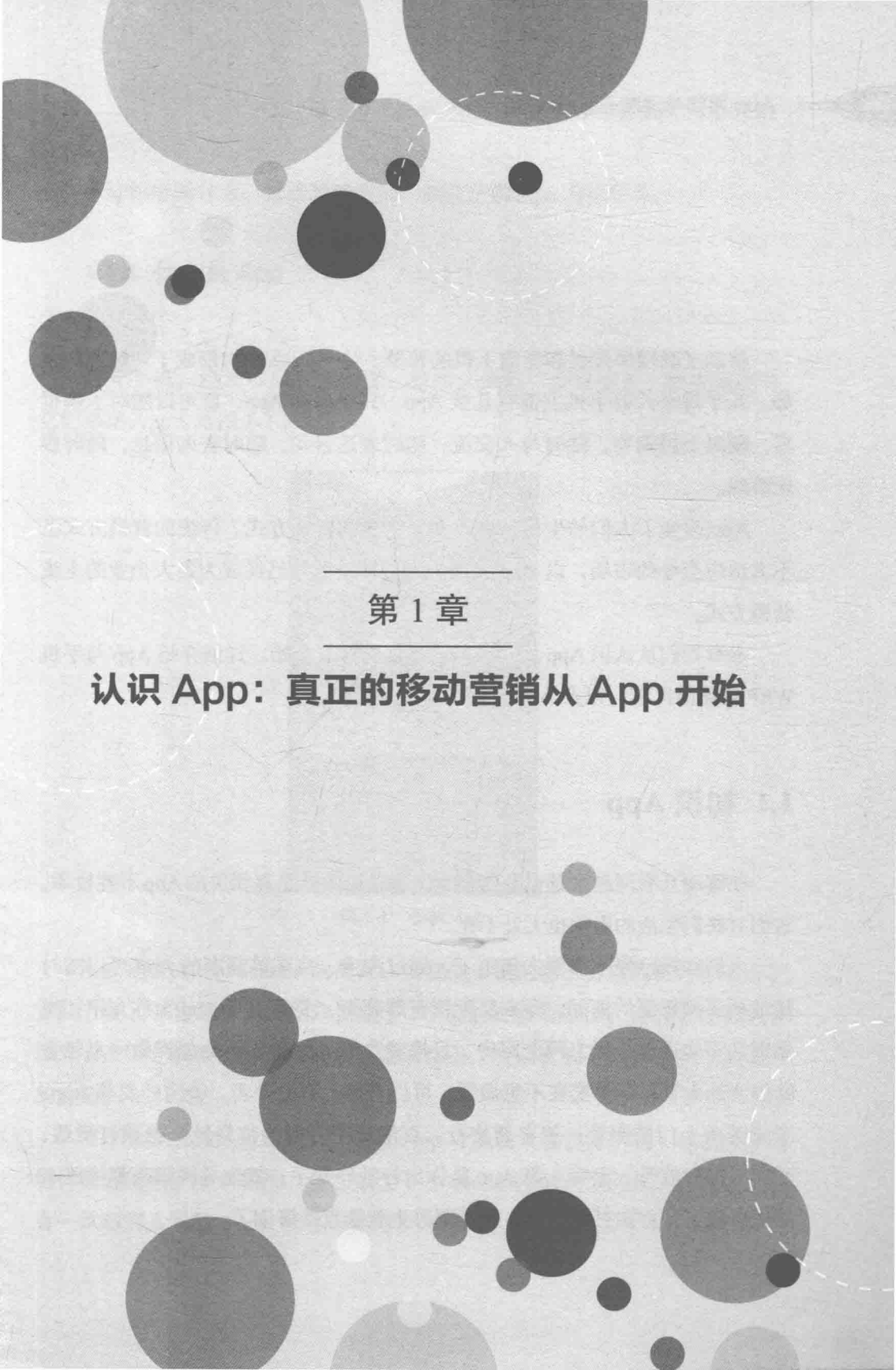
# 10

## 实战案例：传统行业如何用好 App / 183

- 10.1 服装行业：专注女性时尚消费的蘑菇街 / 184
  - 10.1.1 突出性别，最爱糖果色 / 184
  - 10.1.2 多样化风格，总有你想要的 / 185
  - 10.1.3 学搭配，看看别人都怎么穿 / 186
  - 10.1.4 优惠不断，惊喜不停 / 187
  - 10.1.5 买家 & 卖家，随时变身 / 189
- 10.2 餐饮行业：动动手指就能享受美食的美团外卖 / 190
  - 10.2.1 点餐，就是这么任性 / 191



- 10.2.2 送餐，就是这么放心 / 191
- 10.2.3 点评，真的很重要 / 192
- 10.2.4 优惠，实实在在摸得着 / 193
- 10.3 房地产行业：改变找房模式的安居客 / 196
  - 10.3.1 房产服务，尽在安居客 / 196
  - 10.3.2 搜索附近房源，省时省力 / 199
  - 10.3.3 贴心服务，俘获客户的心 / 200
- 10.4 旅游行业：要旅游，找途牛 / 202
  - 10.4.1 “快”字当先 / 203
  - 10.4.2 明星推荐，吸引眼球 / 204
  - 10.4.3 找准痛点，打造让用户惊喜的服务 / 205
- 10.5 交通行业：让出行更美好的滴滴出行 / 206
  - 10.5.1 LBS 定位，推荐上车地点 / 206
  - 10.5.2 内容营销，最懂用户心 / 207
  - 10.5.3 超级体验——试驾 / 209
  - 10.5.4 为“懒人”服务——代驾 / 210
  - 10.5.5 滴滴，不仅仅可以叫车 / 210
- 10.6 金融行业：理财好帮手 51 信用卡管家 / 213
  - 10.6.1 真金白银奖用户 / 213
  - 10.6.2 巧用“管家”，告别糊涂账 / 214
  - 10.6.3 真正安全的管家 / 216



## 第 1 章

# 认识 App：真正的移动营销从 App 开始

移动互联网的发展和智能手机的普及，让 App 在国内形成了“燎原”之势，几乎每个人的手机上都有几款 App。只要启动 App，就可以随时了解世界，随时上网购物，随时与人交流，随时表达自我，随时查询信息，随时娱乐游戏。

App 改变了人们的生活，也改变了企业的营销方式。传统的营销方式已不太适应当今的市场，以 App 营销为主的移动营销已经成为各大企业的主流营销方式。

本章我们从认识 App、了解 App 出现的背景开始，详细介绍 App 与手机 WAP 网站的区别，以及 App 营销的特点及优势。

## 1.1 初识 App

在移动互联网越来越普及的当下，和我们生活息息相关的 App 不胜枚举，它们对我们生活的影响也无处不在。

人们购物已经不需要去超市了，通过淘宝、京东等商家的 App 可以随时随地地买到想要的商品；穿衣搭配则有蘑菇街、美丽说等 App 为你支招；想做饭又不知道怎么做，网上厨房、豆果美食等 App 会告诉你怎样做一桌色香味俱全的大餐；如果实在不想做饭，可以直接上百度外卖、美团外卖等 App，享受美食上门的服务；想自驾旅行，百度地图可以为你导航；想预订机票、酒店，携程旅行、去哪儿等 App 是你出行的好帮手；就连寻医问药都可以不用去医院了，直接打开手机，找春雨医生就能直接咨询了。