

# APP 营销

## 一、什么是 APP?

说到 APP 营销，首先要知道的就是什么是 APP? 全称 Application, 安装于移动智能设备上的一种第三方应用程序的统称。

APP 营销指的是应用程序营销，APP 营销是通过特制手机、社区、SNS 等平台上运行的应用程

序来开展营销活动。

目前世界上主流的常见的 APP:

App Store、Google play store、Marketplace、BlackBerry app world 等等

二、APP 并不是凭空运行的，和其他的工具一样，也是需要媒介搭载的，目前主流的媒介有：

Plam OS、Symbian、Windows CE、Linux、Android、Iphone OS

各运行媒介对于不同的使用者各有优缺点，针对其中几个最常见的平台进行一下优缺点分析，来进一步说明 APP 在运行中的使用体验：

### 1) Android

优点：开放性和可享受性，第三方完全开放，自由度高

缺点：电池续航时间短

### 2) Iphone OS

优点：运行流畅、外观简洁、美观

缺点：开销大、应用多数需要费用、配件需要费用、后续维修费用高

### 3) Window

优点：功能齐全，应用安全

缺点：数量少，需要绑定的较多，不能克服 APP 开发中设置的一些功能障碍

### 三、APP 开发中的影响因素

- ①创意性；
- ②从娱乐到商业；
- ③如何接轨商业领域。

### 四、APP 营销的特点

#### 1、营销成本低

APP 营销的模式，费用相对于电视广告、报纸、甚至是网络营销都要低的很多，只要开发一个适合于本品牌的应用，附带会有一些的推广费，但这种营销模式是营销效果是电视、报纸和网络所不能代替的。

#### 2、持续性强

一旦目标用户将 APP 下载到手机成为客户端，那么持续性使用的机会会大大增强。

#### 3、促进销售

通过 APP 的竞争优势，可以增加产品和业务的营销能力。

#### 4、信息展示全面

APP 移动引用能够全面的展现产品的信息，让用户在没有购买产品之前就已经感受到了产品的魅力了，降低了对产品的抵抗情绪，通过对产品信息的了解，刺激用户的购买欲望。

#### 5、提升品牌实力

形成竞争优势，APP 移动应用可以提高企业的品牌形象，让用户了解品牌，进而提升品牌实力。良好的品牌实力是企业的无形资产，为企业形成竞争优势。

#### 6、及时服务优势

网上订购，APP 通过移动应用对产品的信息的了解，可以及时的在移动应用上下单或者是链接移动网站进行下单。顾客交流和反馈，利用手机和网络，易于开展了由制造商与个别客人之间的交流。客人的喜爱与厌恶的样式、格调

和品味，也容易被品牌一一掌握。这对产品 大小、样式设计、定价、推广方式、服务安排等，均有重要意义。

## 7、跨地域营销

营销的最终目的是占有市场份额。互联网具有的超载时间约束和空间限制进行信息交换的特点，使得脱离时空限制达成交易成为可能，企业能有更多的时间和更多的空间进行营销，可每周 7 天，每天 24 小时随时随地提供全球的营销服务。

## 8、能够对目标人群精准营销

通过可量化的精确的市场定位技术突破传统营销定位只能定性的局限，借助先进的数据库技术、网络通讯技术及现代高度分散物流等手段保障和顾客的长期个性化沟通，使营销达到可度量、可调控等精准要求。摆脱了传统广告沟通的高成本束缚，使企业低成本快速增长成为可能，保持了企业和客户的密切互动沟通，从而不断满足客户个性需求，建立稳定的企业忠实顾客群，实现客户链式反应增殖，从而达到企业的长期稳定高速发展的需求。移动应用本身具有很强的实用价值，手机应用程序本身就是一种实用性很强工具，用户通过应用程序可以帮助手机用户提供生活、学习、工作，是手机的必备功能，每一款手机都或多或少有一些应用。

## 9、互动性强

这种营销效果是电视、报纸和网络所不能代替的。将时下最受年轻人欢迎的手机位置化"签到"与 APP 互动小游戏相结合，融入暑期营销活动。消费者接受"签到玩游戏 创饮新流行"任务后，通过手机在活动现场和户外广告投放地点签到，就可获得相应的勋章并赢得抽奖机会。

## 10、用户粘性

APP 本身具有很强的实用价值，用户通过应用程序可以帮助让手机成为一个生活、学习、工作上的好帮手，是手机的必备功能，每一款手机都或多或少的有一些应用。

## 五、APP 的盈利模式

APP 的商业又是体现在，没有中间环节，消除了代理商的差价，为卖家和买家提供更大的利润空间，更加有效的促成买卖双方的商业合作。

### ①向商家收费；

在这种模式中，网络商城的运作模式分为

B2B: business to business\B2C:business to customer\CIA:cross industry alliance\C2C:customer to customer\O2O:online to offline\O2P:online to place.

这几大运营模式，其中的对应各个不同行业的实用性和便利性，还需大家在使用过程中慢慢体会，后续会讲解如何为自己量身定制 APP。

②向平台收费；

③向第三方收费；

这种模式多应用于金融行业和政府机构之中

④向直接使用的用户收费。

## 六、“免费”思维

在进行 APP 营销推广过程中，一定要消除心理障碍中的“免费”思维，APP 是如何实现盈利的，卖方向买方提供商品，定价为“0”，卖方获利的关键在于：

在任何一笔免费的交易中，都可能会存在一名卖方，通过另一项“服务”向买家收取费用，再与原有买方共享：

也可以存在另一项搭配的商品或服务，透过产品组合设计或其他方式，吸引大部分的消费者使用。



