



第 1 章

新秀崛起：App 营销时代来临



近年来，随着智能手机等移动终端的普及，人们使用电脑的时间大幅度减少。伴随着智能终端而衍生的 App 等移动支付的发展，促使移动购物成为当下的主流。

本章主要针对 App 营销推广的相关方面进行分析，深入了解其发展和推广的实质，让读者对 App 的相关知识有一个基础而清晰的概念性认识。



- ▶ App 营销全方位解析
- ▶ App 营销模式大盘点
- ▶ 轻松玩转 App 品牌营销

1.1 App 营销全方位解析

建设宣传型网站，做进军互联网市场的领头羊，已成为大多数企业的抉择。同样，在大数据时代中，谁先占领了用户的手机桌面，谁就能成为“明日霸主”。可以说，移动互联网时代的企业标志就是 App。

1.1.1 何为 App 营销

App 是智能手机中应用程序的简称，即手机客户端。App 安装方便，使用容易，已经成为移动互联网营销的主流入口，如图 1-1、图 1-2 所示。



图 1-1 全民 K 歌 3.2.9

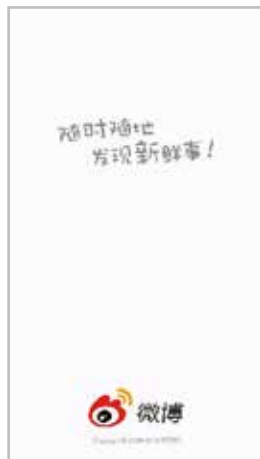


图 1-2 新浪微博 Version 6.0.0

尽管人们对各种 App 已经耳熟能详，但对于 App 的具体概念，并非所有人都有清晰的认识。下面给出 App 相关基本概念的图解分析，如图 1-3 所示。

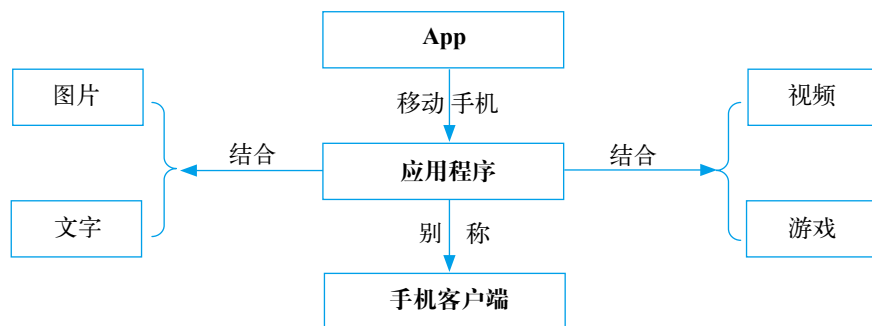


图 1-3 App 相关的基本概念

App 营销就是以 App 应用程序为基础的一种推广营销方式。下面针对“什么是 App 营销”进行具体分析，如图 1-4 所示。



图 1-4 App 营销的相关概念解析

面对激烈的竞争，企业要想在未来占领互联网市场，必须先于他人看到商界的发展趋势。而把握未来的重要方式之一，便是对 App 营销的发展趋势进行分析。从用户角度和内容角度两方面而言，相关的趋势如图 1-5 所示。



图 1-5 App 营销发展的趋势

1.1.2 App 营销的基本特点

随着信息技术的发展，特别是移动互联网的兴起，企业渐渐放弃了性价比低廉的传统营销方式，转而采用 App 推广这一新型高效的移动营销模式。而了解 App 的特点，是企业成功推广 App 的关键。下面将对 App 营销的十大特点进行详细的图解分析，如图 1-6 所示。

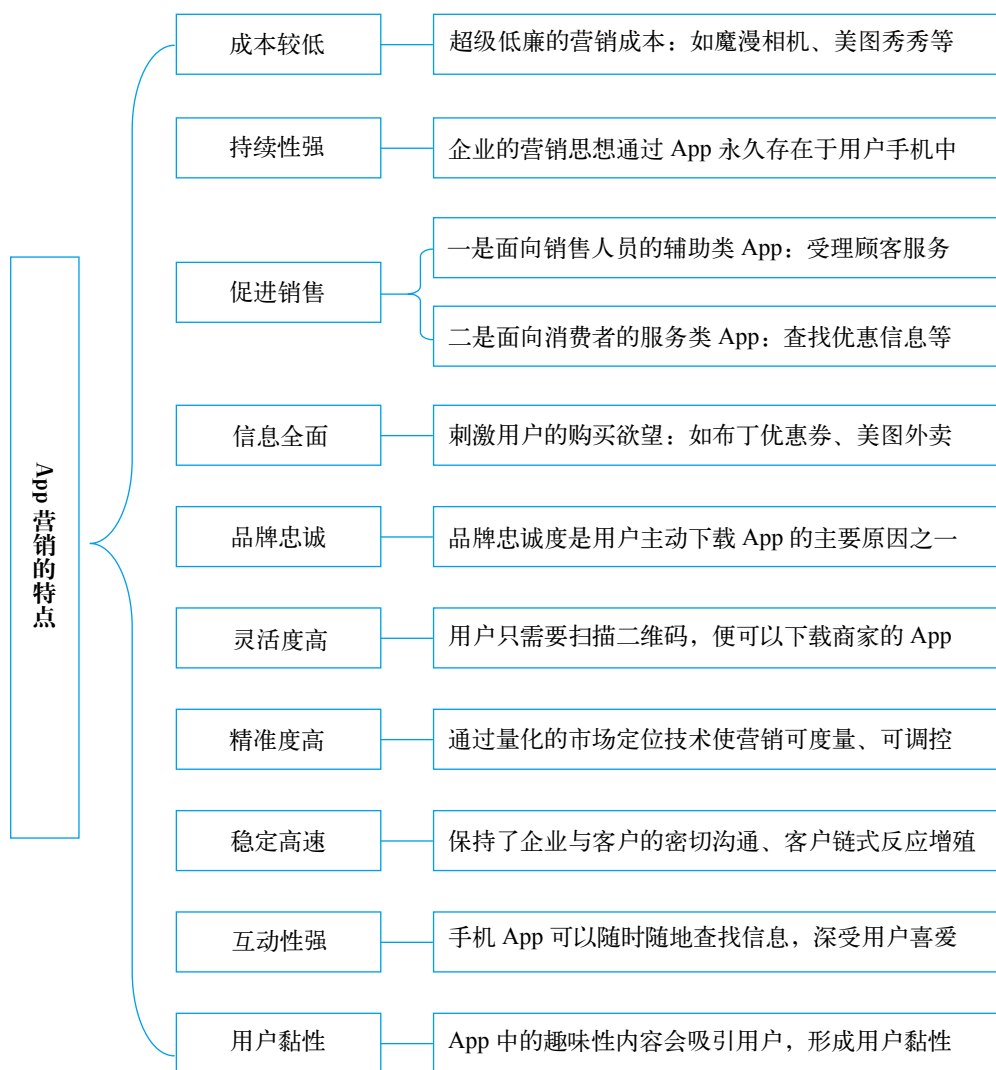


图 1-6 App 营销的十大特点

► 专家提醒

现在，游戏等娱乐化的产品仍是移动应用中的主要组成部分，即便是那些服饰购物的 App 应用程序，也可以在其中加入游戏元素，来吸引人们的目光。企业要想让自己企业的知名度更高，就得需要很多的使用自家 App 的用户。例如，“免费达人”就是一款很好的 App 应用程序。用户通过转发微博等行为，完成相应的任务，从而获得一些虚拟货币奖励。该 App 还能通过邀请好友、买卖“奴隶”等，来增加玩法和互动，这样才有可能带来用户数量的爆炸式增长。

1.1.3 App 营销如何流行起来

在智能手机等移动终端普及的大环境下，使用 App 客户端上网已经成了人们的习惯。据调查，有 90% 的用户手机 24 小时都不曾离身。可见，“第三屏”的重要性与日俱增（第一屏为电视，第二屏为上网电脑，第三屏就是手机），时刻在线的移动互联网设备已经成为现代人的首选，如图 1-7 所示。

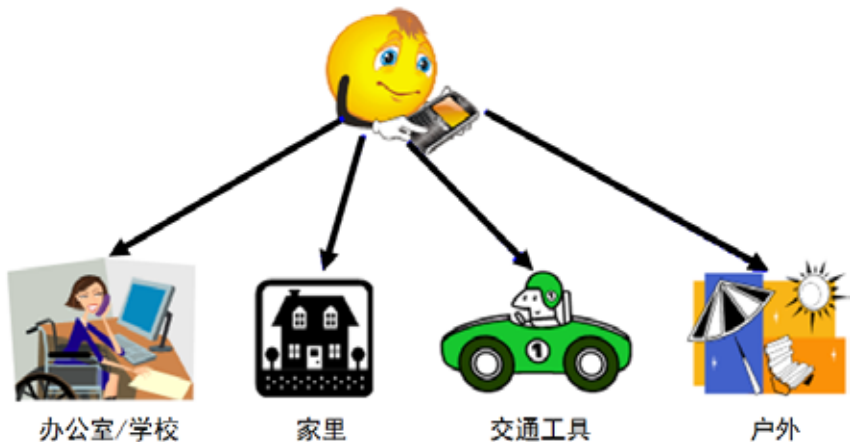


图 1-7 手机用户上网使用场景分布

在此发展前提下，使用流量远远超过传统互联网（PC 端）的 App，已经成为手机电商及各大电商平台盈利的主打方式之一。

具体的盈利方式如图 1-8 所示。

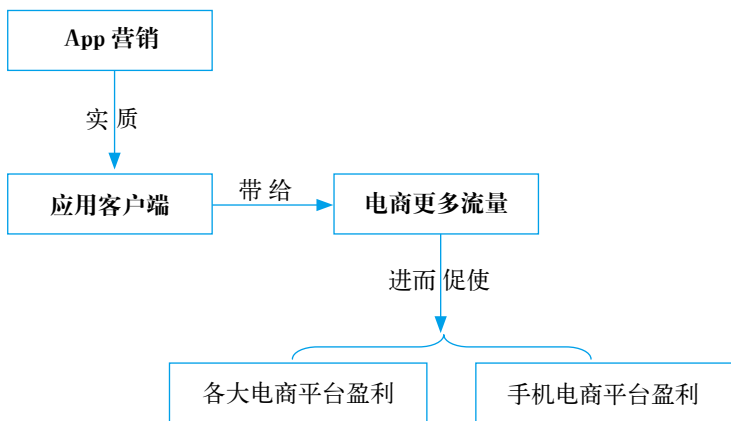


图 1-8 电商通过 App 盈利的情况

专家提醒

App 作为一种新型营销工具，在推广成本、效率方面，以及收集和保存客户信息等方面，都远远优于传统营销模式。开发优秀的 App，能让客户得到优良的体验和感受，从而形成对企业品牌的认同感，变成企业稳定而忠诚的粉丝。

1.1.4 App 营销的运营推广

目前，手机 App 的应用数量已经开始了爆炸式的增长。面对这种情况，如何高速、有效地推广一款 App，已成为很关键的问题。这里总结了 App 营销的十大推广渠道，详细的图解分析如图 1-9 所示。

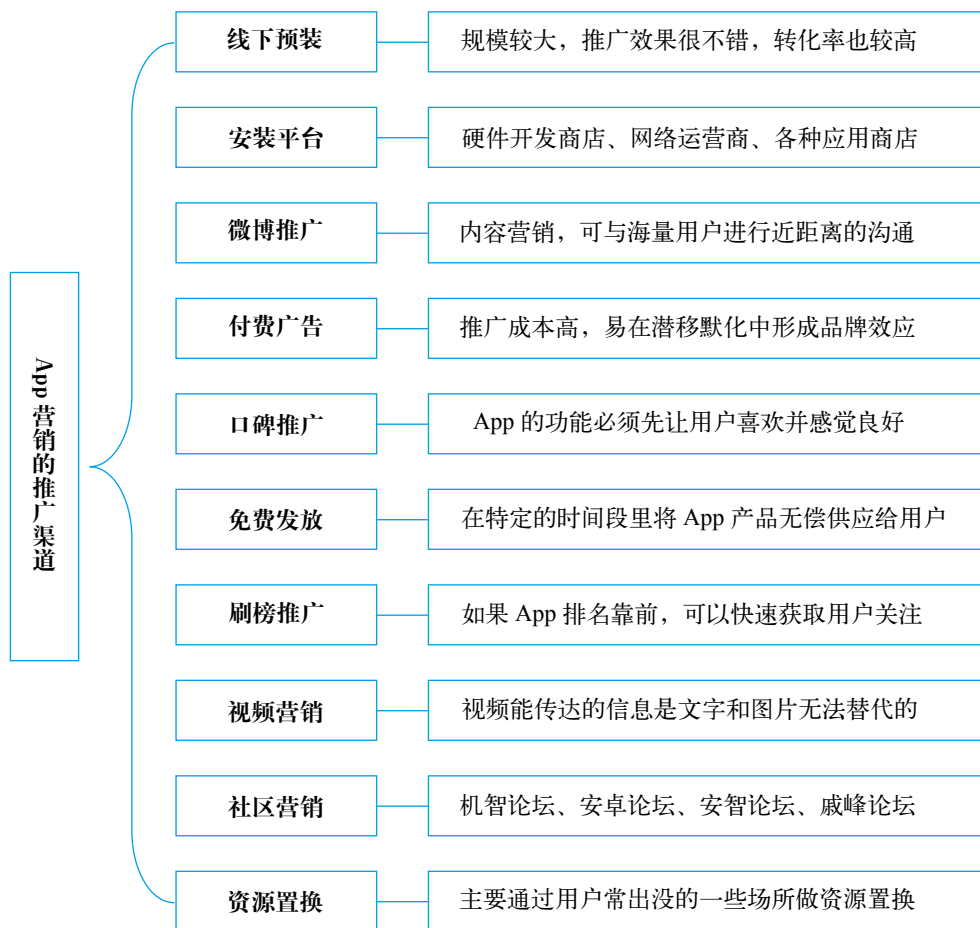


图 1-9 App 营销的十大推广渠道

掌握好 App 营销推广的渠道，能让企业在新媒体营销中如鱼得水，达到盈利的目的，让企业稳健地发展。

1.1.5 App 营销的特色和优势

随着互联网开放程度的不断提高，App 高效、低成本的盈利模式也逐渐地被更多的互联网商家看重，如阿里巴巴旗下的淘宝开发平台、新浪的微博开发平台、谷歌应用平台等，都是 App 商业化的具体表现。目前，App 在商业营销过程中的主要作用如图 1-10 所示。



图 1-10 App 在商业营销过程中的主要作用

与此同时，App 在广告中的应用形式也是丰富多样、层出不穷的，具体分析如图 1-11 所示。

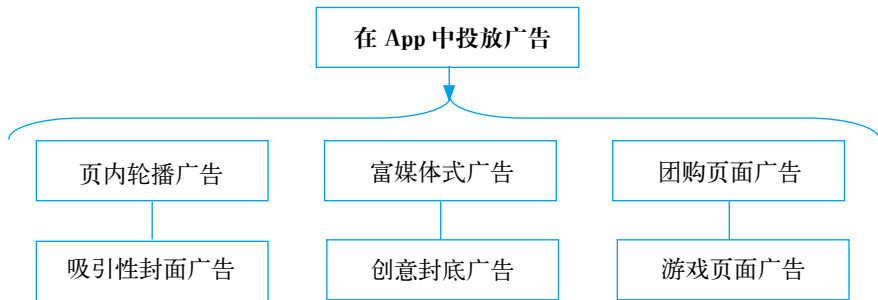


图 1-11 App 的广告表现形式

1.2 App 营销模式大盘点

以手机上网为平台的信息化传播便是通常人们所说的手机媒体。手机媒体被公认为是继报刊、广播、电视、互联网之后的“第五媒体”。而 App 是手机媒体的再次升级，是更为高级的营销模式，比传统的手机移动客户端以及互联网网站的传播要更加快速、有效。

1.2.1 创意广告营销模式

在如今 App 被人们广泛使用的情况下，向 App 中植入广告是最为基本的营销模式。广告植入一般是通过动态广告链接进行的，只要用户点击广告栏，就会进入指定的界面或链接，从而实现营销推广的效果，具体如图 1-12 所示。



图 1-12 App 广告营销模式

这种广告营销模式能让用户主动关注广告、传播广告信息，通过用户自己的人际关系层层传播，形成影响。例如，近来比较火爆的“街旁”App 便是一种广告签到的营销模式，通过用户的签到，进而传播广告和信息，如图 1-13 所示。



图 1-13 “街旁”手机 App 的签到广告

1.2.2 用户体验营销模式

App 的使用已经是大势所趋，它能够为用户提供各种信息，极大程度地便利了用户的生活。企业将自己精心设计的 App 发布到应用商店中，供用户使用，用户在使用过程中会了解到企业的文化以及价值观等信息，这便是用户体验营销模式，具体概念如图 1-14 所示。

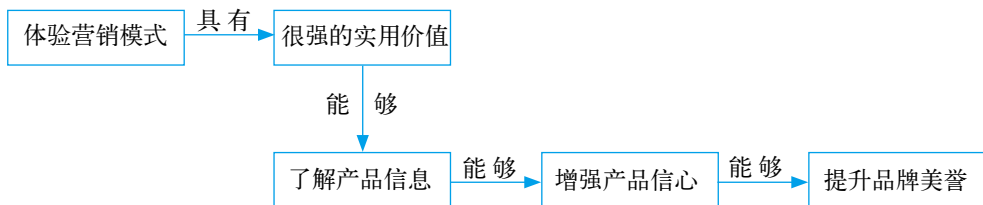


图 1-14 用户体验营销模式

这种营销模式能够吸引用户，加强用户与企业的联系。各种个性化的功能设计，更是可以瞬间抓住用户的心，让用户离不开企业所推出的 App。某些公司专门为准妈妈而推出的“孕妇画册”（如图 1-15 所示），便是用户体验营销模式的典型例子。



图 1-15 “孕妇画册”显示每周胎儿发生的变化

► 专家提醒

“孕妇画册”的定制应用，更多地吸引了妈妈们下载此 App。妈妈们在获得保健知识的同时，持续认识该品牌。商家便可借此收集精准客户，实现营销效果。

1.2.3 App 内容植入模式

一般而言，在付费与免费的 App 中，用户会更倾向于选择免费的 App。为了实现 App 的盈利，商家与其思考是否在应用中插入广告，还不如思考如何将应用中的广告做得更有趣味性、更引人注目。

近期非常火爆的游戏——“疯狂猜图”，就是非常成功的内容植入的例子，如图 1-16 所示。



图 1-16 初次打开“疯狂猜图”时会有公告信息显示

相关数据显示，一个月内就有千万人下载了“疯狂猜图”App，而且仅仅是手机用户的下载就超过了 420 多万次，可见它的火热程度。那么，它是以何种营销模式成功地推出 App 的呢？

具体有三种营销模式，如图 1-17 所示。

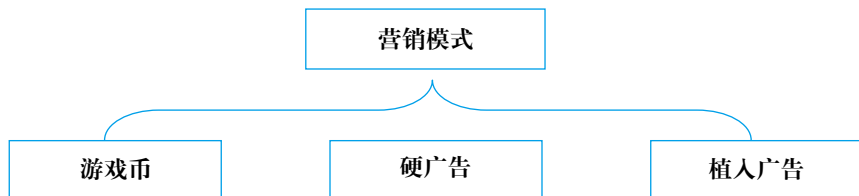


图 1-17 “疯狂猜图”的三种营销模式

1.2.4 购物网站营销模式

近年来，随着移动手机客户端的推广使用，网上购物已成为人们生活中不可缺少的一部分。而商家们也逐渐地开发了属于自己产品的 App 程序，具体分析如图 1-18 所示。

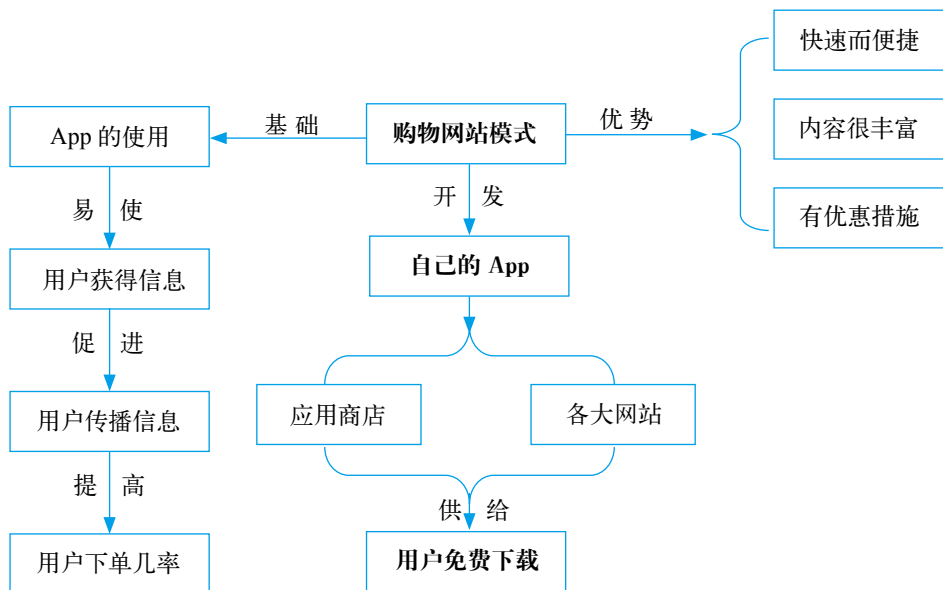


图 1-18 购物网站营销模式的概况

购物类 App 已经成为当今商家盈利的一种主流趋势，其中，最为知名的购物 App 便是阿里巴巴名下的淘宝网，如图 1-19 所示。



图 1-19 手机淘宝应用菜单界面

1.3 轻松玩转 App 品牌营销

在大数据的时代背景下，传统的商业营销模式早已经过时了，品牌营销方式才是当今商业营销的主流。那么，什么是品牌营销呢？下面将对其进行具体的图解分析，如图 1-20 所示。

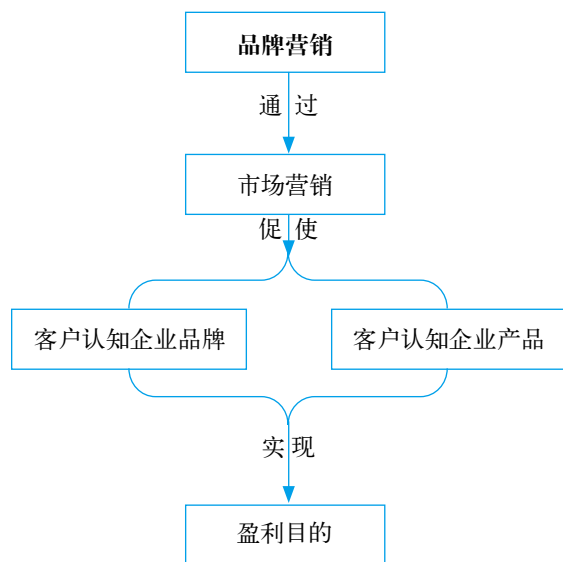


图 1-20 品牌营销的概念

以 App 为基础，企业将自身的企业文化以及产品植入用户心目中，使用户建立对企业的好感与忠诚度，这便是 App 品牌营销。例如，360 度 App 移动品牌营销的十大内容如图 1-21 所示。

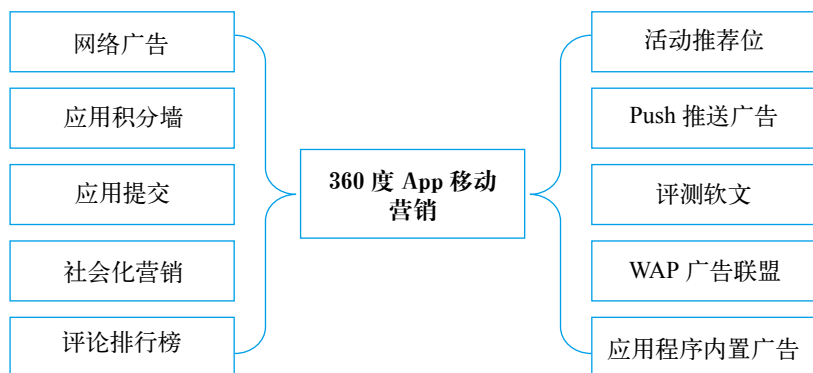


图 1-21 360 度 App 移动品牌营销的十大内容

1.3.1 品牌 App 营销的形成条件

在智能手机被人们广泛使用条件下，App 营销推广也应运而生。面对竞争日益激烈的移动互联网市场，各大开发商不再止步于普通的 App 制作，而是开发具有自身品牌价值的 App。那么，App 的形成条件有哪些呢？如图 1-22 所示给出了具体条件的分析。

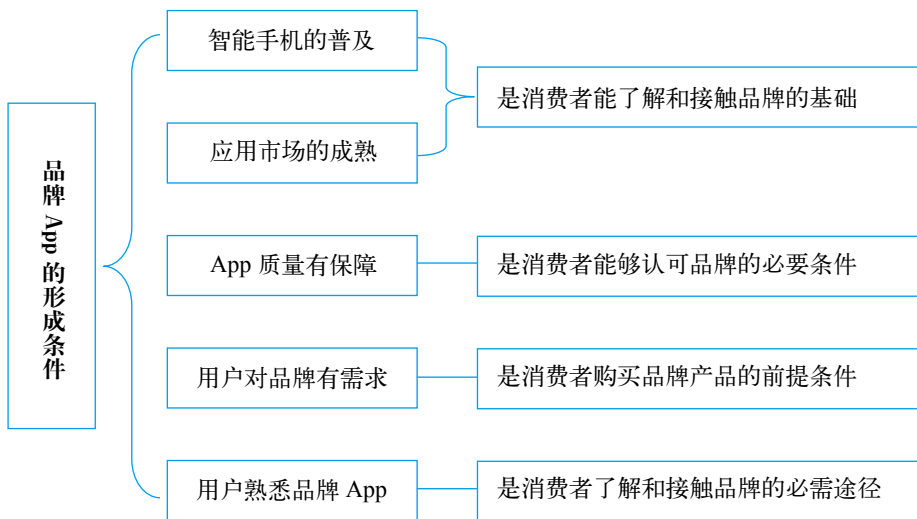


图 1-22 品牌 App 的形成条件

► 专家提醒

品牌是一个企业能否可持续发展的关键。在企业经营过程中，企业在满足自身利益的前提下，也需要考虑到顾客对自家产品的满意度，注重双赢，以赢得终身的顾客，建立稳定的客源。

移动互联网的普及，使得 App 营销成为当今商业盈利的主流模式，企业应该关注消费者的内在需求与兴趣点，将品牌产品与 App 进行个性结合，采用品牌 App 营销策略。如图 1-23 所示为品牌 App 的四大营销策略。



图 1-23 品牌 App 的营销策略

1.3.2 品牌 App 营销的构成要素

如何让消费者在繁杂的信息中发现并喜欢自家的品牌呢？这就需要企业做好品牌营销，而做好品牌营销的前提，便是要掌握五个基本要素，如图 1-24 所示。

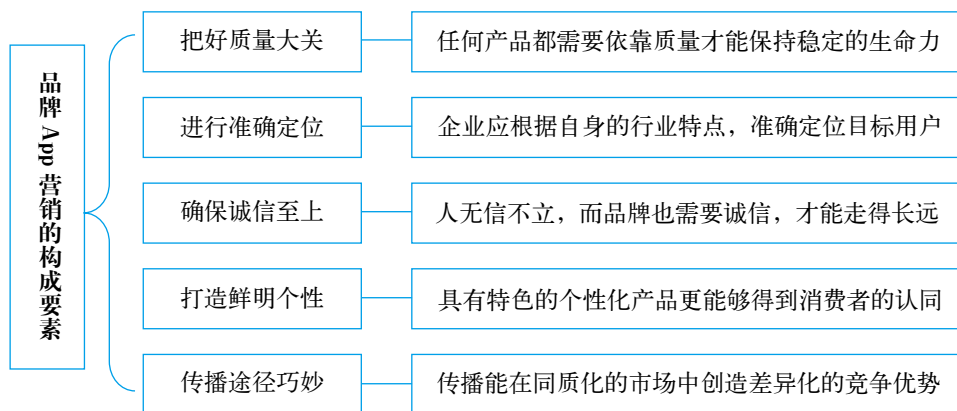


图 1-24 品牌 App 营销的构成要素

1.3.3 品牌 App 营销的价值优势

企业的竞争优势不仅建立在拥有好产品的基础上，也需要用品牌 App 推广的方式，将其价值激发出来。

品牌 App 营销的具体价值优势如图 1-25 所示。

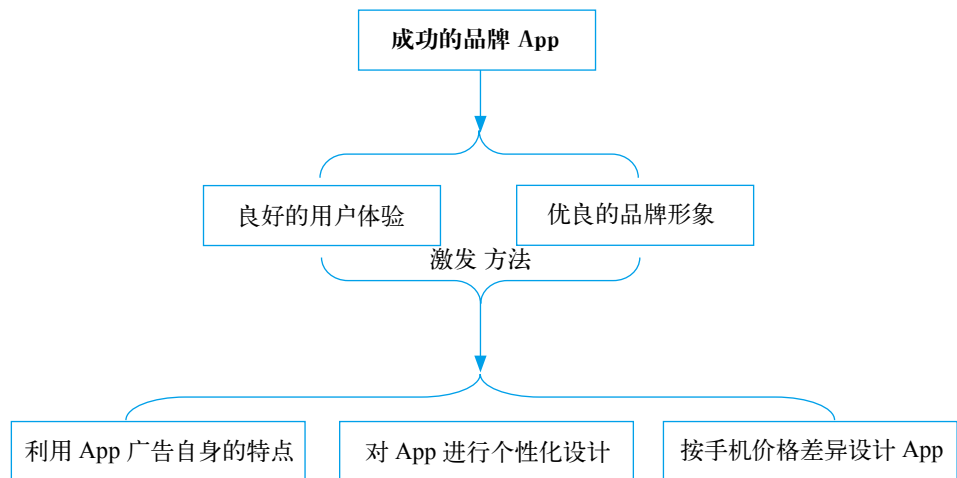


图 1-25 激发品牌 App 价值的方式

品牌 App 不仅有着其他传统营销模式所没有的价值，还具有它们无法比拟的优势。下面介绍品牌 App 的六大优势，如图 1-26 所示。



图 1-26 品牌 App 的六大优势

1.3.4 品牌 App 营销的成功案例

当今的时代是 App 营销的时代，企业要想做好品牌营销，就必须弄清创建品牌 App 的基础在哪里。

如图 1-27 所示为企业创建强势品牌的基础条件分析。



图 1-27 企业创建强势品牌 App 的基础条件

1. 案例：百威啤酒——速度与激情的品牌文化

百威啤酒品牌自从 20 世纪 90 年代进入国内，目前，该公司在我国已拥有了近两万名员工。

如今，百威啤酒公司又借助 App 来强化品牌文化。如图 1-28 所示为百威推出的基于 LBS 应用的社交及互动类 App——“百威皇国”。

2. 案例：屈臣氏——App 指尖营销受热捧

屈臣氏创建于 1828 年，在我国 200 多个城市拥有超过 1000 多家分店。作为化妆领域首屈一指的企业，自 2011 年起屈臣氏在 App Store 上推出自己的首款 App 至今，其 App 的下载量一直名列前茅。打开屈臣氏 App，其清新的页面会让人眼前一亮，如图 1-29 所示。

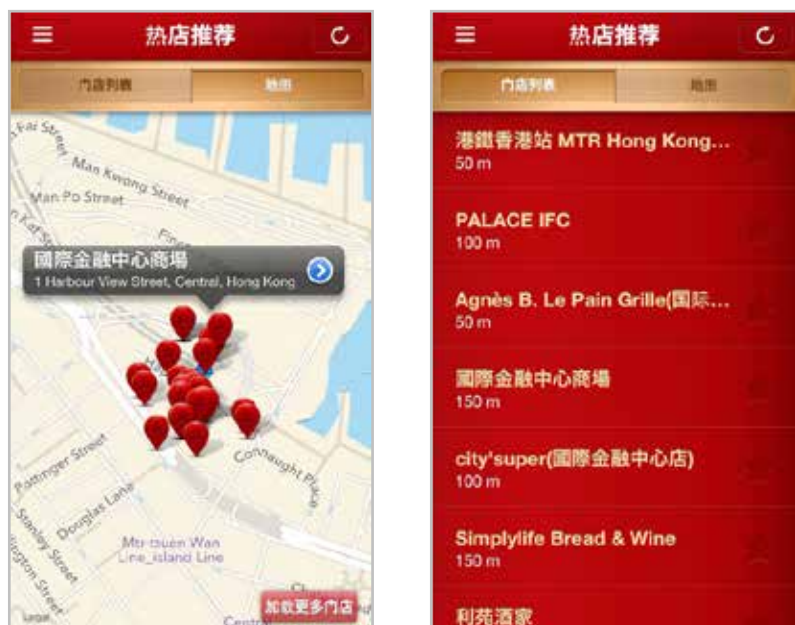


图 1-28 百威基于 LBS 应用的品牌 App



图 1-29 屈臣氏 App 的首页

而在“掌上网店”中，用户可以随时了解产品信息，如图 1-30 所示。同时，用户还可以给产品评分，将自己的看法分享到微博。



图 1-30 随时了解产品信息