



產品的推廣心法

主講人：巴慧玲

講師簡介-巴慧玲



- **現職**
 - 艾思創興業有限公司-執行長、創意拍賣網-執行長
 - 行銷顧問、行銷講師
- **學歷**
 - 第一科技大學行銷與流通管理研究所碩士
- **經歷**
 - 青創會、鳳凰微型創業、工研院、資策會、工策會、勞動署...等行銷講師
 - 中小企業處青年創業諮詢顧問、鳳凰創業楷模參訪隨行顧問
 - 金礦、台糖、德昌連鎖藥局、台灣房屋、八大森林...等企業教育訓練講師
 - 塔普、洲軒、羅德森等企管顧問公司-行銷顧問
 - 食品連鎖加盟行銷顧問、阿里山茶山社區發展協會顧問
 - 長榮大學、第一科大、正修科大...等校兼任講師
 - 大專院校三創講師、業師、創業團隊顧問
 - 20餘年行銷企劃暨主管經驗、10年以上管理部門主管與總經理幕僚資歷、6年以上網路企劃與行銷經驗 (創意拍賣網、愛票網)。
- **證照**
 - 教育部講師證、門市服務乙級技術士、國際專案管理師、創業諮詢輔導顧問、國際行銷管理師、顧客關係管理師、衝突管理專業人才、網路行銷企劃師、社群行銷企劃師。
- **著作**
 - 創新、創業、創意管理規劃師 (三創證照用書)

網路行銷新趨勢-App

關於app你知道多少？

根據2016年資策會MIC的行動App消費者調查分析：

- 每位手機用戶平均有**16個**自行下載的非內建App
- 台灣用戶每日使用時數最長的類別為**社交類**App，其次是**遊戲類**
- 在使用頻率上，每人每天約主動開啟**6個**App，其中4個為自行下載
- 下載App的主要因素，前3名依序為：**實用便利（78.9%）**、**好玩有趣（71.9%）**、**打發時間（34.5%）**
- 每名手機用戶單日使用時間為**91分鐘**

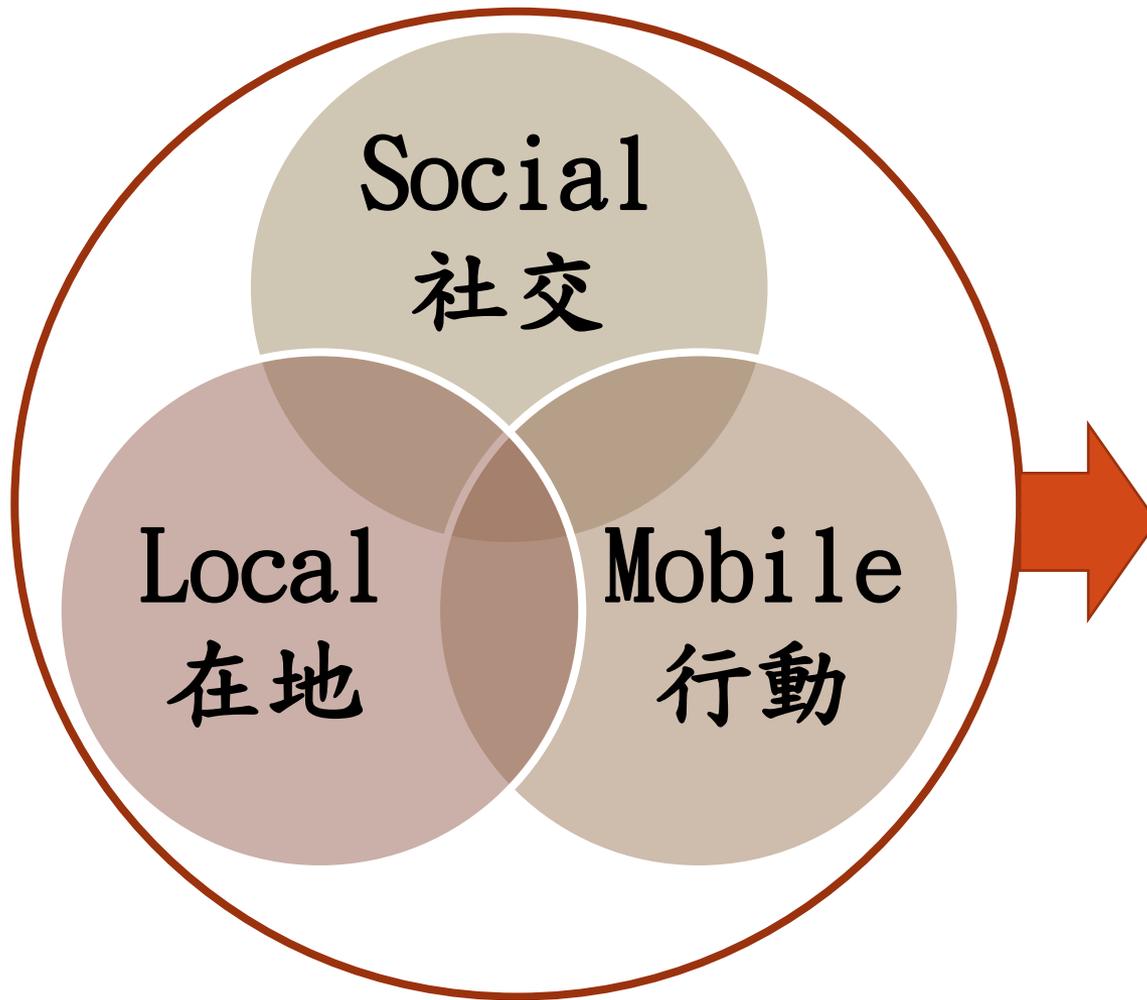
透過手機上網才是王道

手機	智慧型手機
簡訊	簡訊
照相	照相
投票	聽音樂
聽音樂	玩遊戲
玩遊戲	投票
Email	Email
鈴聲下載	上網
傳影音	地圖
聽廣播	傳影音
上網	上社群網站



上網

網路發展新趨勢



App行銷術

何謂APP

App(application的縮寫)應用程式

- app是軟體開發商針對智慧型手機及平版電腦所開發的一種程式，它透過專屬的Market下載，可以很快速的進入符合手機和平板電腦使用。
- 除了基本功能以外，也可以是遊戲，刊物，網站的入口。



在264萬的眾多app之中...

Google Play的App數量為**143萬**，

App Store的App為**121萬**

But...

只有**不到 1%** 能突破100萬的下載量，

下載次數未達1,000次的更高達 **80%**。



APP的獲益方式

免錢

- 賺廣告費

付錢

- 賺下載費
- 賺(免費)進階服務費：
例：買功能、買道具、買關卡...

賺錢

- 自賣產品或服務賺利潤
- 建平台賺交易手續費

行動app行銷企劃的3重點

如何讓人知道我

推廣
宣傳

如何讓人喜歡我

下載
使用

如何讓人與我交易

幫助
銷售

企業開發APP行銷之思考策略



APP行銷思考策略



• 定義目的

從企業角度

- 銷售產品
- 提升產品利益
- 強化服務
- 搭配行銷活動

從顧客角度

- 教育使用者
- 建構使用者社群
- 增加品牌好感度

App應用的設計策略

結合產品

結合服務

結合
使用者

結合行銷

製造樂趣

APP設計策略：結合產品

介紹產品資訊與利益

強化產品使用效益

傳遞生產履歷或製程

說明產品使用方式

2種App產品銷售方式

	自行開發App	搭現有App
目的	<ul style="list-style-type: none">• 適合大品牌或線上遊戲業者• 為提升企業行動裝置的專屬用戶數	<ul style="list-style-type: none">• 適合小型企業• 為了增加行動銷售平台
優點	<ul style="list-style-type: none">• 可以客製化需求	<ul style="list-style-type: none">• 節省開發成本• 群聚可擴大經濟規模
缺點	<ul style="list-style-type: none">• 需投入較多財力人力	<ul style="list-style-type: none">• 容易被競爭和忽略• 不需投入廣告宣傳

APP設計策略：結合服務

行動即時購物系統

提供預約/預購

通路定位搜尋

顧客訂單管理

APP設計策略：結合使用者

蒐集使用者意見

顧客社群的交流

落實顧客參與(產品開發)

APP設計策略：結合行銷

廣告影片傳播

連結行銷活動

提供促銷優惠

線上抽獎遊戲

APP設計策略：製造樂趣(品牌層次)

增加品牌的好感度

製造話題擴散效應

跟顧客搏感情

APP行銷思考策略

- 內容設計：取好名字
 - 名稱設定：總長限255個字元
 - 設定技巧：

App名稱
(11個字以內)



+關鍵字
(跟產品特色有關的)

太長會超過螢幕長度

可以多寫，

- 中意的名字先搜尋，太競爭(出現同名的app數量過多)就放棄。
- 關鍵字設定：限100個字，用逗號區隔。

APP行銷思考策略

- 內容設計：app的LOGO設計
 - icon顏色簡潔、圖形獨一無二
 - 不要直接使用真實照片及文字
 - 用材料傳遞質感等都是好方法



Flipboard



Pinterest



One Password

APP行銷思考策略

- 內容設計：2大原則

功能
簡潔化

Icon
圖像化

設計思考
+
使用者經驗

App技術的結合與運用

結合GPS
(定位)

尋找店家

行銷遊戲

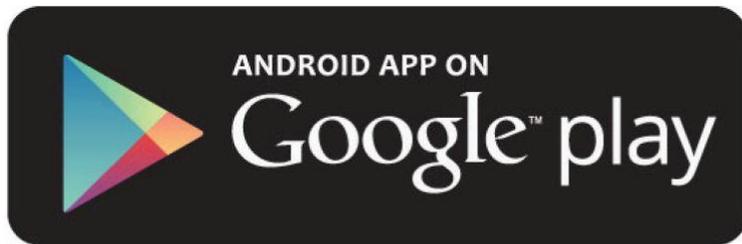
結合AR
(擴增實境)

產品動態化

廣告立體化

Appg上架作業

- 兩種版本：
 1. AppStore (ios系統-apple)
 2. Android Market(android系統)



iPhone介面的APP要上架，必須經歷**1~3個月**的審核期，時間很難精準掌握。較適合品牌形象經營，或是持續性的長期活動，**短期行銷要透過APP**迅速完成，目前仍有時效性上的困難。

APP行銷思考策略

- 推廣宣傳：App如何被找到？
 1. 使用者自己尋找
 2. 企業主自己宣傳

- 沒有被找到的App，沒有價值。
- 被找到沒有被下載的App，沒有意義。
- 被下載之後很快被移除的App，沒有錢途。

App如何被找到？

- 使用者自己尋找：

1. 設定類別：

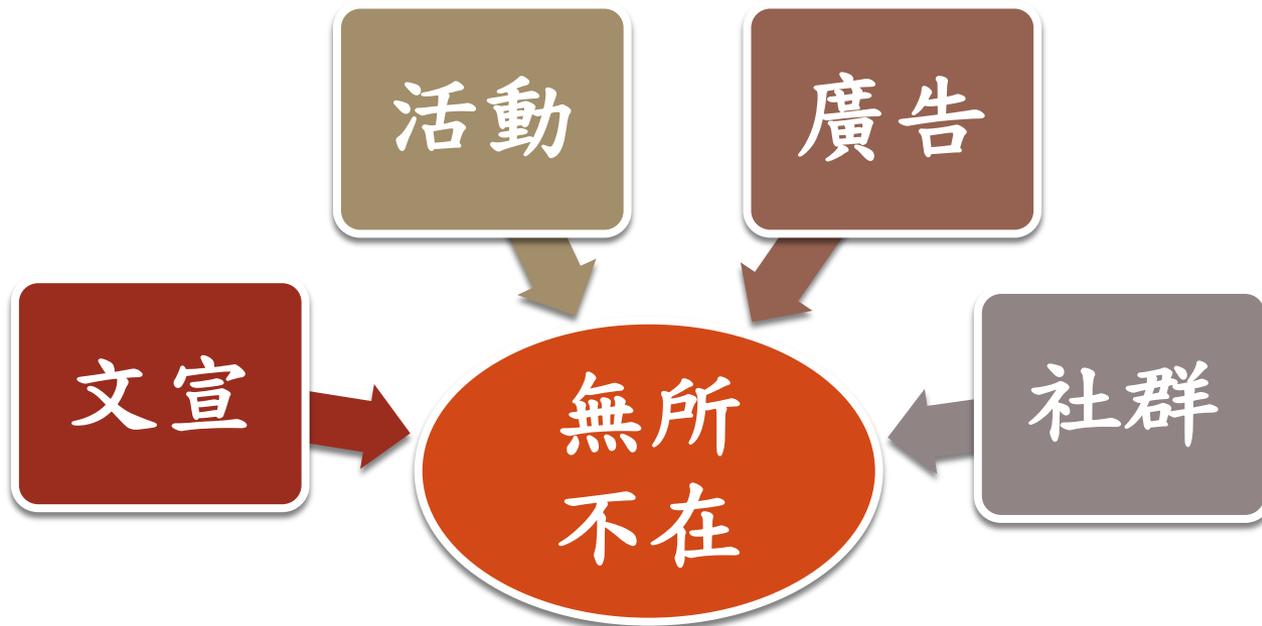
- 只要放在同個類別的app都將是你的競爭者
- 例：房屋出租App→「生活品味」類

2. 設定關鍵字

- 將目標客群搜尋時會使用的關鍵字，放入app的介紹欄位中。
- 吸引力和誘因在前3行完整說明(直接預覽)。
- 例：背包客地圖→「美食」關鍵字

App如何被找到？

- 企業主自己宣傳



據調查：透過社群平台或社群網路（如Facebook或Twitter）分享新的App，好友較願意嘗試下載試用。

提高App的下載和保留率

提高下載率

好康誘因

附加服務

QRcode連結

提高保留率

專屬優惠

更新創新

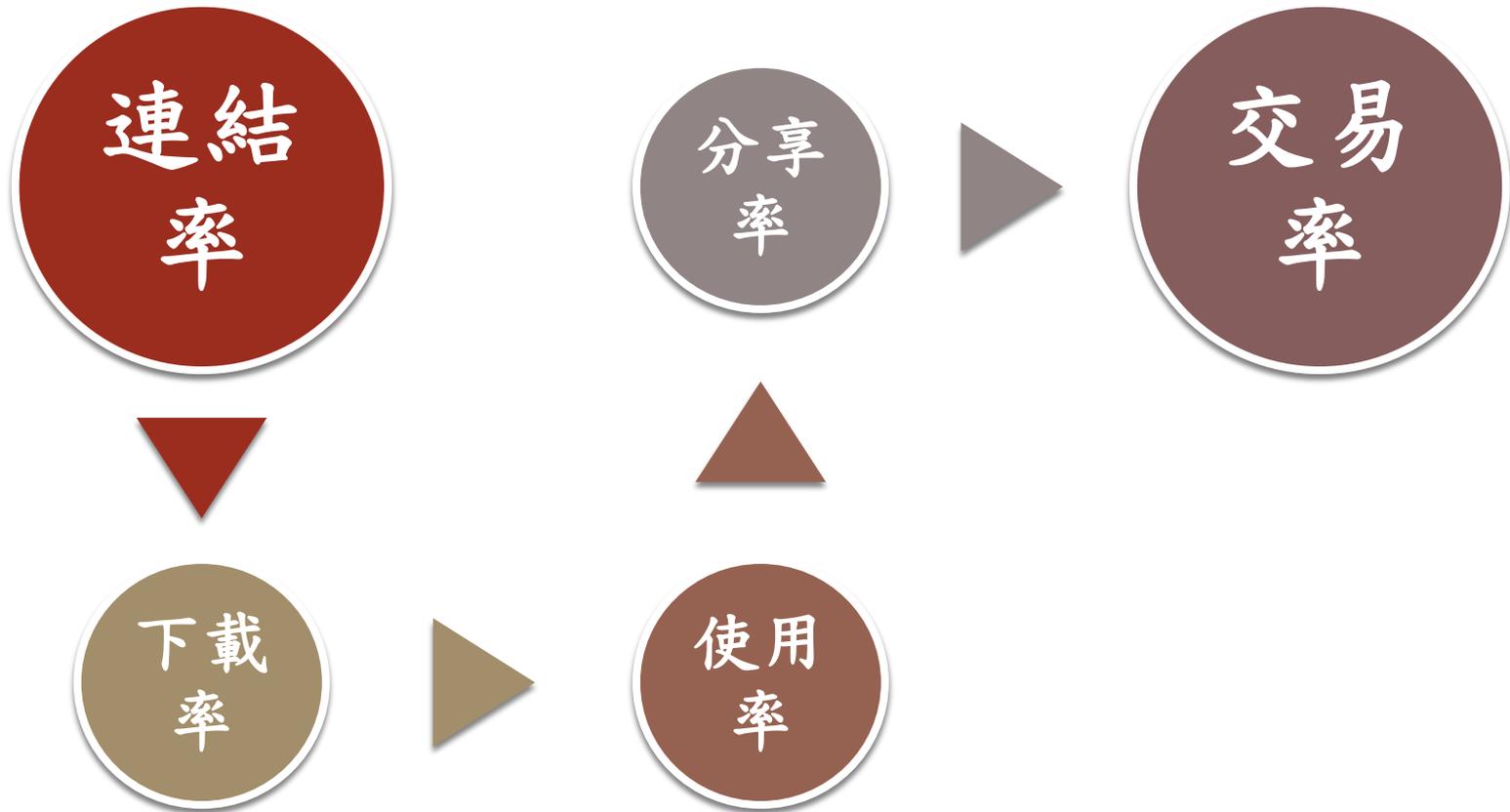
關注意見

提高App的下載和保留率

- iOS的排行榜，會影響下載量。
 - 多數衝動消費的族群，都是看排行榜下載的。
 - 要衝上排行榜前 5 名大約要 1,000 次下載左右
- 要上iOS排行榜，花點廣告費吧！
 - 一個 CPC (Cost per Click) 大約要 NT\$ 5-20，一般大約每10個點擊會有一個下載。
- 運用「**限時免費**」的行銷工具推廣
 - iOS 上有一個特別的「**限時免費**」，當一個原本要錢買的App突然變成免費，就會有一群追蹤這個降價活動的網站、Apps 主動幫你宣傳。

APP行銷思考策略

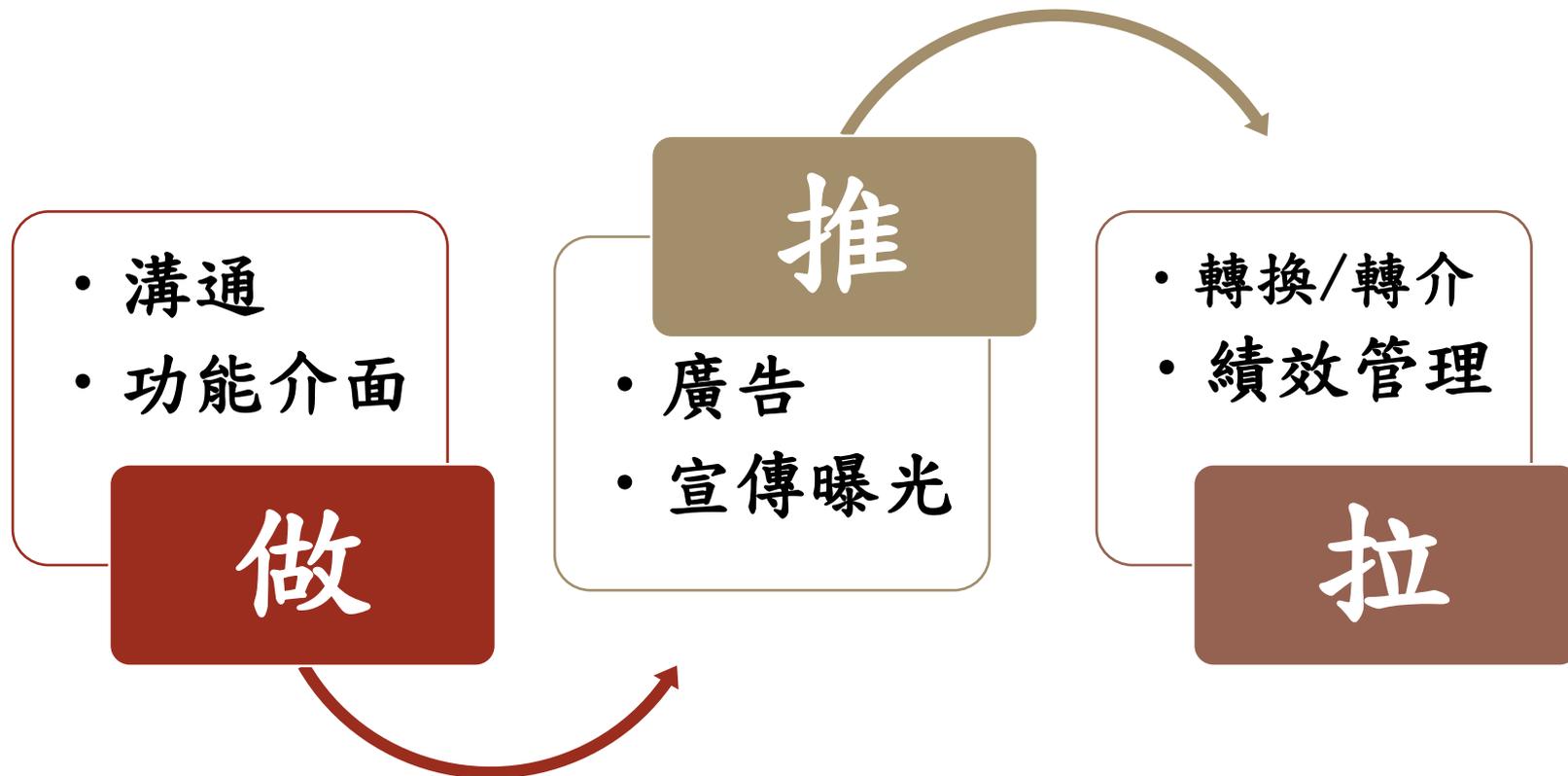
- 分析管理



App行銷的「4R目標」



行動app行銷3步驟



總複習：企業發開APP的思考重點

明確開發目的

- 協助使用者解決特定情境下的需求與難題，而非為了趕流行。

掌握使用情境

- 模擬使用者的使用情境，讓使用者一用就上手，引發共鳴。

符合裝置特性

- 即時的互動性，功能求精不求多，操作動線要流暢。

App成功方程式

免費



實用



好用