

安阳APP软件应用ASO推广托管公司

产品名称	安阳APP软件应用ASO推广托管公司
公司名称	河南刘贵商务服务有限公司
价格	.00/件
规格参数	品牌:融河矩媒
公司地址	河南省南阳市卧龙区卧龙岗街道卧龙路经纬国际1号楼810（注册地址）
联系电话	13323693821 13140513661

产品详情

目前做市场推广时越来越难了，主要有以下几点影响因素：

1.流量概念迭代。其事实上是流量在人、设备、时间之间发生了变化。移动互联网推广是伴随着智能手机普及逐渐发展起来的，在近三年智能手机普及率迅速达到70%以上，导致移动互联网出现庞大的人口红利，但随着人口红利的逐渐消失，流

量增量市场变成了一个存量的市场。我们在进行推广时，更多的是从竞品中挖掘客户，由此我们对流量的概念逐渐从人转变成了设备。由于部分用户不止有一台智能手机，可能还有iPad等其他的移动设备，于是我们开始争夺设备，使得设备方面也达到饱和的状态。所以我们从人到设备之后又转移到了时间这个概念上，我们在争夺流量的时候，可能更多的是关注用户在我们产品上停留下了多少的使用时间。

2.流量触达路径发生变化。以前APP的信息停留在传统的广告上面，但后来随处可以获取这些信息，下载APP有了更多种的渠道。比如通过应用市场直接下载，其他的APP推送，浏览网页跳转下载链接等等，就其流量到产品的触达路径上来说，已经发生了翻天覆地的变化。

3.流量触达的方向。一是产品主动送到用户面前。移动互联网讲究精准营销，通过用户画像发现产品的潜在用户，之后把产品曝光给用户，但受精准度的影响，面临着产品曝光到下载的转化率较低的情况。二是用户意识到自己有某产品的需求，之后去搜索寻找，找到某产品然后进行下载，他们属于非常精准的用户，所以对这种用户需要特别关注。

4.iOS优化目标：曝光率、转化率。曝光和转化是产品获取流量过程中必经的两个阶段。如果产品完全没有曝光给用户，那么不可能把用户转化成有效用户，所以产品要想获取流量，第1步就是让产品能够在用户面前曝光，第二步就是转化。就整体推广策略而言，我们发现在获取流量时，AppStore外部只占10%-30%，AppStore内部要占70%-90%，足见AppStore的重要性。

二、ASO & AppStore

想了解ASO & AppStore的关系，首先要知道ASO的概念。ASO是“应用商店优化”的简称。ASO就是提升APP在各类APP应用商店、市场排行榜和搜索结果排名的过程。其基本原理：通过试玩用户搜索具体关键词，下载指定产品并按要求进行试玩，提高产品在该关键词下及榜单排名，大幅增加产品曝光。那么我们如何进行优化让我们的产品在这些版面上有曝光？

把控流量入口。ASO优化关键就是两个步骤，第1是增加曝光，重点从覆盖和排名两个方面来提升品类相关词的权重与上榜单展示率。打开产品定位属性词的自然检索入口，促进大量泛类搜索用户的转化，提升产品在AppStore的搜索权重。第二是提高转化持续、周期性的进行版本更新迭代，并在版本更新时对影响产品曝光、下载转化率的产品元数据及评论进行优化。

三、产品ASO推广策略

1.元数据优化。用户第1眼看到产品时，他通过图片获取信息的速度比通过文字获取的速度要快了，所以他能够从我们的截图上快速获取信息，不留给其他产品曝光的机会。另外就是产品的描述要注重前三行文字，因为很少用户会把描述全部看完然后决定是否下载产品。

2.上线后数据优化

(1) 关键词排名优化。为了让产品能够获得足够多的曝光，我们必须让产品在更多的关键词下获得前三的位置，所以我们需要找出很多与我们产品功能完全吻合的关键词，这样我们才有希望让产品在这些关键词下获取前三的排名。

(2) 榜单排名优化。下载量是影响榜单排名的重要因素，除此之外，用户活跃度、留存率等也能影响榜单排名，但权重较低，且不易控制，所以我们要更重视产品的下载率。

(3) 评论优化。在AppStore，用户第1眼看到的肯定是置顶的评论，所以置顶评论对转化率是非常有影响的。那么置顶评论是如何置顶的？其实质是根据比较有帮助的关键点来进行排序，如果选择了有帮助，苹果会认为该条评论是比较有帮助的，那么在排序中就会排在比较靠前的位置，反之亦然。

3. 拓展优化。

(1) 周期性版本更新。一个比较成功的产品，平均2到4周更新一次。因为苹果会对刚刚进行过版本更新的产品提供红利期，产品更新后排名更靠前。

(2) 多包矩阵策略。由于我们很难把产品的关键词排名做到前三，所以需要出好几个产品包来抵制风险，另外增加产品包数量能够降低做关键词的难度，更好的把控推广成本。

(3) 内购项目。虽然苹果对苹果支付管控非常严，但如果要设置内购项目就必须使用苹果支付。还有如果有订购项目，产品比较敏感的数据就可能存在泄露给苹果方的风险。