

南阳推广APP应用的ASO优化的公司

产品名称	南阳推广APP应用的ASO优化的公司
公司名称	河南融河矩媒科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	中国 河南 南阳市 卧龙区蓝钻星座
联系电话	18338218580 13323693821

产品详情

经常听见小伙伴们抱怨，老板就给这么点钱怎么做推广？我们家都没有推广预算，还要完成公司的KPI，老板给了我10万让我试渠道，求大神帮忙推荐好的渠道！求大神告诉我该怎么做ASO优化？

ASO原意是App在IOS端的优化，后来慢慢演变成了App在IOS、安卓及各个渠道的优化。在IOS端，因为苹果的App Store霸占了绝大多数的市场，所以一般优化策略都是针对App Store市场，而安卓端有360、应用宝、小米等大大小小的市场几十个，每个市场规则不仅相同，所以IOS端和安卓端的优化是有很大不一样的。

这次，我们就来聊聊这两个渠道推广的ASO优化技巧及思路。

IOS端优化

近年来，依靠超强关键词设置能力冲入大家视野的APP屡见不鲜，前有喜马拉雅“搜什么都有它”的传奇，后有牛股王“搞定热度10000的的关键词”的佳话，搞得运营小伙伴们一时心猿意马，苦心钻研捷径，希望有朝一日能在关键词上大放异彩。

在此，要提醒大家，夯实关键词优化的基础才有可能成就佳话，与其钻研捷径，不如花点时间审查自己的关键词设置是否符合规则，下面我们就来说一说如何快速搞定一款APP的关键词优化。

1、六个基本原则

关键词权重排序：

APP Title > Keywords > APP Description > IAP item Name/Description。

即应用名称>关键词标签>描述>应用内购买名或描述。

APP Title与Keywords关键词排重：APP Title与Keywords中出现同一关键词时，权重无法形成叠加效应，只会被计为一次。因此，同一关键词如果在Title中出现，则不要在Keywords再出现，避免浪费字符。

利用副标题强化关键词：APP Title 采用主标题加副标题形式，副标题除了承担介绍APP作用的功能之外，还要着力多提及关键词。如小咖秀的副标题“火对嘴表演飙戏APP，自带美颜美妆功能的拍摄神器”中提及了“表演”、“飙戏”、“美颜”、“美妆”、“神器”等关键词，可谓用心。

轮流战术：参考原则1的权重排序，我们可以在更新版本时轮流优化各个核心关键词，当已有核心关键词排名优化靠前时，可选用其他的核心关键词继续优化。

Keywords中越靠前的关键词权重越大，这个做过SEO优化的朋友都懂的。

描述的字数没有限制，建议控制在300-500，保证核心关键词8-12的频次出现，出现公司联系方式，如公众号、企业微博账号、客户QQ/QQ群等。

三个基本概念

(1) 关联性 (Relevance)：某个特定关键词与自家应用、目标用户之间的相关性，不相关的关键字很难产生有效转化。

(2) 难度 (Difficulty)：某个特定关键词的竞争激烈程度，对应值越高意味着它越难进入前列排名。

(3) 流量 (Traffic)：某个特定关键词在搜索中被搜索的次数越高，对应的值就越高，就是我们常说的高热度词。

以上三个维度的设置出现问题或APP本身没有可观新增量，关键词排名在30开外是很正常的，各位在追逐高热度词时一定要结合APP的现状进行分析。

给大家提供一套重点关键词的整合公式：高关联性 + 适中难度/流量 + 靠前放置=关键词引入高下载量。

操作方式

看了六个基本原则和三个基本概念，那么，我们解决上述概念的操作方式是怎样的呢？

(1)、如何选择高关联度的关键词？

沿着品牌词-关联词-竞品词-竞品关键词的思路发掘理想的高关联度关键词，

a、竞品词查询：通过aso优化工具，搜索行业热词，如“海淘”就可以找到该关键词的竞品有哪些？

b、关联词查询：发现更多词，要注意筛选低质词。

c、竞品关键词查询：通过ASO优化工具添加竞品，分析竞品有哪些关键词。

(2)、如何选择合理难度的关键词？

在设置关键词时，如果能瞄准几个难度低、流量高的“黑马词”，一定事半功倍。如何分析关键词的难度是否合理？

在此，我给出两个评判维度：一是该关键词相关APP数量和APP本身的热度；二是关键词的热度。

比如“海淘”的关键词，前五的排名蘑菇街/蜜淘/波罗蜜全球购/洋码头/洋葱淘，结合海淘热度8700多，并呈现持续上升的趋势，优化难度很大。

（3）、如何选择适当流量的关键词？

流量的判定可以结合ASOU指数和百度移动端指数进行综合判定。

ASOU指数和百度指数呈现的走势规律不同，一般来说，百度指数会对ASOU指数产生影响，因此，我们需要以ASOU指数评估现在，用百度指数来预估未来。

以全球购为例，这个词热度上升很大一部分原因是被各APP炒热的，实际搜索热度并不是很高，运营人员在做全球购时心里一定要有底，否则盲目优化这样的虚高热度的关键词将得不偿失。

（4）、如何追踪关键词？

关键词追踪需要关注的数据：APP的排名和关键词的热度。使用工具ASOU（追踪关键词历史热度）和App Annie（追踪关键词历史排名）。

ASOU中可添加你想要追踪的关键词，根据历史的热度变化可以初步预判关键词能带来多少流量。

App Annie主要追踪关键词的排名变化趋势，可以添加自己想追踪的关键词并且可以置顶，玩转各平台工具，可以较大程度上提升我们的工作效率。

4、持续提升关键词排名

关键词设置搞定后，排名也提升了不少，但是作为一个有理想的青年不能满足于此，而是要不断优化不断进步对不对。

那么问题来了：有那些办法能够让排名持续提升？在此，我将在马海祥博客上进一步同大家聊聊快速提升关键词排名的几点实操经验。

（1）、关键词与评论

想增加关键词的覆盖数，或者增加现有关键词的排名，一个有效的方式就是将这些关键词放在评论中。评论中高密度出现的关键词，一是会增加收录的机率，二是会提升现有关键词的排名。

直接导致很多运营的小伙伴们整天忙于与各家换评论，据了解，有不少换评论的都是奔着那个五星评分，提醒下各位，换评论时，要求对方把关键词也做上，你会发现这些关键词排名有不错的提升。

现有又会衍生另外一个问题，做多少的评论量，会对排名有个显著影响？由于每个关键词的热度不一样

，刷评论的质量也不尽相同，各家APP自身的每日新增不同，所以这个量级也是波动的。

但可以给大家一个简单参照，热度6500以下的关键词，1天做10-20个评论，排名会出现显性提升；热度在6500以上的，1天做20-50个评论，关键词排名会有不错的提升。

（2）、关键词与长尾词

小伙伴们经常会提到一个这样的问题：设置时是该选择热度高的词还是热度适中的词？从ASO的实操经验分析，这个问题要视APP具体现状进行回答，如果自家APP的日新增比较理想或推广费用比较充足，可以选用这些关联度高的高热度词进行重点优化；否则，个人建议还是选择热度适中且与APP关联度较强的词。

当然也可以通过另一种方式优化：优化高热度关键词的长尾词，例如，旅游类APP可以重点优化“周边游”，“周末游”，“同城旅游”等长尾词；一是可能获取不错的吸量，二是对提升高热度词的排名有帮助。

这也就是我要讲的第2点——通过优化你想期望关键词的长尾词，通过提升长尾词的权重和排名，从而达到间接提升你期望关键词的权重和排名的目的。

（3）、关键词导量

当上述优化的方式你都做到了极致，关键词排名依旧没有达到预期，我们该怎么办？这个问题想必是很多小伙伴们时时刻刻都在面对的，当已有的优化方式成为大家的共识，优化效果也就意味着会被削弱。这个时候需要做的是寻找新的优化途径，这就诞生了行业内比较主流的优化方式：导量优化。

通过引导用户搜索指定的关键词下载APP，在短时间内积累大量的搜索下载激活来快速提升关键词的权重，进而影响关键词的排名。

导量优化的核心在于导的量真实性，从AppStore的规则判断，使用时间越长的iOS账号，对应的账号权重就越高，优化的效果也越佳；否则，导入一批新的iOS账号量，就会出现效果不显著的情况，如果在优化过程中你遇到上述问题，此时需要敏锐的怀疑导量的真实性。

安卓端ASO优化

关于推广资金投入的公司分两类：花钱和砸钱；针对不同的投入方式，也要注意使用不同的推广策略。公司现在给很少的预算我们去做项目，我们把项目做成了，对我们以后创业和发展来说，那么现在所做的肯定是比较切实的成长。

后者呢，就是公司很有钱，就给钱你去把现在这个项目砸出来，也成功了，但是这种经验呢，可能看的会多一些、接触的东西（比如渠道、资源等）也会多一些，那么两者对于每个人的发展帮助也各有千秋，这里提一下两者相同的部分。

众所周知，大众用户下载行为，就是去应用市场找要，目前全国的智能手机普及基本呈饱和状态，过去的小白用户也都已提升为成熟智能手机用户，因此应用市场上面的广告效果不如过去，与BAT的小伙伴们

们交流更加印证了这个事实，碗就这么大，粥就这么多，看你能喝多少，下面带你进入干货内容。

1、刷量

每个应用市场的分类专栏都有“比较新的”“比较热的”（飙升），要霸占在这里前5的排名已经不可能了，2014年下半年开始应用商店开发了这个商机，因为在这之前可以通过刷榜就能刷到前5，而且只要很低的成本第三方公司就能帮客户做到，市场发现有这样一笔钱他们赚不到！赚不到！赚不到！

于是应用市场不干了，开始做新的广告机制，现在和应该市场付费就可以显示拉！过去刷榜1天的成本大概两三百块钱就可以，现在广告上去按CPC或CPD，1天轻松点掉1000左右，再也不用担心分类里赚不到钱啦！

机智的你会发现不给刷前5，那刷6~26可以吧？

刷“比较新的”的方法很简单，只要你提交了新版本，审核通过就可以很快粗线在它的前面了，至于能维持多久那要看运气了，遇到扎堆更新的时间，可能你在前面的时间能维持2-3个小时，过去我是这么干的，每周五下午快下班的时间提交更新，审核人员把快下班提交的产品审核通过就打卡走人鸟，周六日可以一直在新的的前2屏霸屏！

刷“热”（飙升）经过多年寒窗苦读之后积累的经验总结：权重保护下载量，激活量（使用量），好评量，下载可以刷，好评可以刷，激活可以买，所以刷下载+刷好评+买一点点CPD或CPC，很快就能刷上去的。

我不会告诉你新产品一个月做600个评论就可以好评满星，每天维护十几个好评就可以，适用做商城的APP。毕竟商城产品的信誉很重要嘛，我还不会告诉一个月做30~50万下载就做到产品关键词TOP的位置。除此之外还有两个效果可以体现排名：联想关键词。

PS：关键词分几种：竞品关键词：竞品的产品名如：手滑漫画、暴走漫画、布卡漫画等；热门关键词：漫画；长尾关键词：漫画连载、漫画编辑器、漫画阅读器...

看到这里相信你开始有一个初步的思路知道怎么做了，每个市场获取到的用户表现不同，选择比较优良的2~3家市场做，俗话说贪多嚼不烂。

小米市场、oppo商店比较接地气，只要产品经理和UI设计走心，很容易申请到首发和小编推荐；应用宝和华为市场对产品外貌比较挑，重视高大上的产品感觉，要求产品运营和UI设计走心经营。

目前我的产品每个月都有不同的市场编辑推荐2~3次 每次会推荐2~3天，每天会吸7000~20000不等的下载，选择合适的市场，深度交流，把市场的每一位接口人当做一起经营这个产品朋友去交流，他们会不经意透漏一些信息，这个分类的人群会喜欢什么样的产品，希望有什么样的品质感受等。

聊完市场推广的刷榜和获取推荐的内容，再说一说产品之间的推广，新手看了可以少走点弯路在这里。

2、换量

这是在做产品推广的时候都会想到的方法，我所看到的换量95%以上都是无效的。量少的APP会去忽悠量大的APP，但是量大的产品也不傻，会提条件，比如先他们的产品放几天看完真实效果再谈，而后往往得到的回复是“叔叔，你们家的量太小了，我们不约！”。不约就不约，看不上爷，仙人自有妙招！

爷有“复联”和自己量差不多的APP做交换，往往一抓一大把！但也不会和彼此说实话，比如：现在20万以上的日活，100万左右的用户等，连唬带蒙的数据给对方，也就都信了，交换名骗，彼此都有相见恨晚的感觉！口水...很快有20万的用户过来啦，然后会推荐我做市场经理或总监，可以赢取白富美，走上人生的巅峰！快速安排上线，然后就没有然后了。

其实换量根本就不是初期产品的免费合作途径，合作换量的心态很重要。小白推广员大多会体会上面讲的场景，初级推广员会考虑寻找用户属性重叠度高的产品换量，并且寻找在首页资源交换的产品进行合作，走心的拓展就会有收获，虽然比不上广告效果，但是获得的用户质量较高，毕竟蚊子肉也是肉！

等到产品有了一定用户数量的时候，并且活跃度、留存率与大数据接近时再考虑做换量，换量效果自然也会事半功倍。称呼换量资源为“自媒体”也不为过，花样换量玩法。

总而言之，以上全部内容给正在学习如何推广的同学们一些经验介绍，做推广一定要做到走心，不会做推广的运营不是好的运营经理。

点评：

APP的关键词优化繁琐细碎，更要时时矫正、莫忘初心，掌握必要的ASO优化技巧和运营工具会让你快速找准方向并越来越得心应手。

很多人惊呼App的时代已经过去，我觉得正确的说法应该是：粗犷的App的时代已经结束，精细化的时代已经来了！