

一份完整 App 运营推广计划方案

一、App 运营推广概念

引用百度百科的概念：对运营过程的计划、组织、实施和控制，是与产品生产和服务创造密切相关的各项管理工作的总称。从另一个角度来讲，运营管理也可以指为对生产和提供公司主要的产品和服务的系统进行设计、运行、评价和改进的管理工作。细细思考下，其实，APP运营推广无非是产品想盈利模式，而运营去实践盈利模式。

任何运营都围绕“用户”展开，包括“吸引用户”和“留住用户”，说白了就是：让用户过来，并留下。

运营三个阶段：吸引用户、把用户留住、让用户掏钱。

运营三大核心目标：扩大用户群、寻找合适的盈利模式以增加收入、提高用户活跃度。

我们把运营的分工和种类进行细分，运营可以分为：

1.基础运营：维护产品正常运作的最日常最普通的工作。

2.用户运营：负责用户的维护，扩大用户数量提升用户活跃度。

对于部分核心用户的沟通和运营，有利于通过他们进行活动的预热推广，也可从他们那得到第一手的调研数据和用户反馈。

3.内容运营：对产品的内容进行指导、推荐、整合和推广。给活动运营等其他同事提供素材等。

4.活动运营：针对需求和目标策划活动，通过数据分析来监控活动效果适当调整活动，从而达到提升 **KPI** 实现对产品的推广运营作用。

5.渠道运营：通过商务合作、产品合作、渠道合作等方式，对产品进行推广输出。通过市场活动、媒介推广、社会化媒体营销等方式对产品进行推广传播。

二、App 产品运营推广要做哪些事情？

前期的准备工作：

1.保证产品能正常运行。

2..明确产品定位和目标。

3.选择合适的推广渠道和方式，协调内外部的资源并制定详细的计划。

4.确定团队分工并执行。

上线初期的工作：

1.保障产品的正常使用

2.根据运营状况，阶段性的跳转优化产品

3.上线初期的推广策略（请见 CP 干货：如何选择推广渠道与推广的技巧）

后期的日常工作：1.产品的更新 2.内容运营 3.活动策划 4.用户运营 5.数据分析 6.意见反馈

如何为你的 App 定制合适的推广渠道和方式？第一考虑：产品定位

第二考虑：目标群体习惯和属性第三考虑：公司资源

三、运营推广过程中需要重点关注哪些数据指标

在 APP 运营推广过程中哪些数据指标可以更好的指导我们工作

呢？下载量、用户数、留存率、转化率、活跃用户数、活跃时长、付费率是很多公司作为数据指标的一个考核，也是改进优化工作的一个依据。

当然，产品阶段的不同，我们关注的指标肯定不同。例如APP初期，我们更加关注下载量和用户数。之后，我们又会比较关注活跃用户、留存率、转化率等等的指标。所以，运营阶段的不同，我们所关注数据的侧重点也会有所不同。目前，市场上的APP数据分析工具比较多，比较出名的有：友盟、百度统计、谷歌统计、talkingdata 等相关数据指标分析：

1、留存用户和留存率：

留存用户和留存率通常反映了不同时期获得的用户的流失情况，分析这个结果往往是为了找到用户流失的具体原因。

APP获得一定用户以后，刚开始用户会比较多，随着时间的推移会不断有用户流失，留存率随时间推移逐步下降，一般在3~5个月后会达到稳定。其中阅读资讯、社交沟通、系统工具是留存率最高的三类应用，在4个月以后的留存率稳定在10%左右。留存率提高了，才会有更多的用户留下来，真正使用APP的用户才会越来越多。

次日留存：因为都是新用户，所以结合产品的新手引导设计和新用户转化路径来分析用户的流失原因，通过不断的修改和调整来降低用户流失，提升次日留存率，通常这个数字如果达到了40%就表示产品非常优秀了。

周留存：在这个时间段里，用户通常会经历一个完整的使用和体

验周期，如果在这个阶段用户能够留下来，就有可能成为忠诚度较高的用户。

渠道留存：因为渠道来源不一，用户质量也会有差别，所以有必要针对渠道用户进行留存率分析。而且排除用户差别的因素以后，再去比较次日，周留存，可以更准确的判断产品上的问题。

2、活跃用户

用户每天既会不断新增，也会不断流失，如果单独只看每日活跃用户数，是很难发现问题的本质的，所以通常会结合活跃率和整个APP的生命周期来看。活跃率是指活跃用户/总用户，通过这个比值可以了解你的用户的整体活跃度，但随着时间周期的加长，用户活跃率总是在逐渐下降的，所以经过一个长生命周期（3个月或半年）的沉淀，用户的活跃率还能稳定保持到5%-10%，则是一个非常好的用户活跃的表现，当然也不能完全套用，得视产品特点来看。

3、付费率

指一个 app 付费用户相对总用户的占比。即充值人数/注册人数*100% 注册用户付费率=总注册/APA平均在线付费率=ACU/APA活跃用户付费率=UV/APA总结：

一个好的运营首先要从产品出发，要明确产品的定位，其次是明确用户群的定位。接下来才是进行推广，经过合理对推广运营从而达到留住用户的目的。最后通过数据统计以印证自己推广是切实有效的。正如上面所说的任何运营都围绕“用户”展开，最终目的就是让用户留下来；

一个 App 从开始运营到结束，要做的事情：

1.APP运营阶段

2.APP定位

2.1定义 APP所属关键词

2.2组织对会员（厂家企业）有价值的内容或是服务

2.3APP会员（厂家）卖点

3.APP启动(2014年10月-2014年11月)

3.1人员配制

3.2收集潜在会员、厂家资料

3.3进行线下的推广营销

3.4APP编辑的工作

4.团队建设（1-2个月）

5.App推广（从产品正式版开始，大规模推广从A轮融资开始）

5.1行业 APP广告交换

5.3产品关键词竞价排名

5.4行业网站广告直投

5.5软文宣传

5.6长尾关键词优化

5.7效果分析，经验总结

5.8流量分析

6.APP盈利（A轮到B轮要开始考虑盈利）

6.1通知组织活动来搞人气

6.2通过会员费或是增值服务

6.3展会服务、广告代理

6.4B2B

6.5APP广告

7. 执行计划表

8. 软文推广说明

8.1软文推广的作用

8.2软文写作参考标准

8.2.1标题

8.2.2主题

8.2.3内容

9. 论坛推广说明

9.1何为论坛推广

9.2论坛推广的效用

9.3论坛营销推广四步

10. 网络广告说明

10.1网络广告概述

10.2网络广告媒体选择策略

10.3媒体选择范围

10.4广告形式确定策略

11. EDM营销推广说明

11.1邮件营销的优势分析

11. 2APP邮件的注意事项

12. APP收费标准

总则：结合自身优势资源，一切以吸引行业相关企业作为行网会员为目的。

APP运营阶段

APP定位→APP启动 ->APP宣传→APP建设 >APP赢利 APP定位

1、定义 APP所属关键词

跟行业相关，跟产品相关的，写出 10 个以上（例如：上游产业、下游产业等），长尾关键词跟以后编辑文章以及做 SEO优化、ASO优化、线上广告推广有密切关系，同时需要考虑主营业务、APP内容、以及受众、和搜索量。关键是尽可能多的写出多一些，到时可以做一些筛选。

2、组织对会员（厂家企业）有价值的内容或是服务

选出方向和卖点：每一个 APP都有主要的运营方向和定位。前期不建议定太多的方向和服务，以防以后精力受限做不好等于不做。所以建议前期先择一到二个服务方去做，内容的话如果有精力和资源可以都放一些，如果没有精力的话也是选突破一到二个方向。前期也可以做一些了解，那些目标会员或是客户希望得到哪些资料和内容，针对性去做这样会好一点。

3、APP会员（厂家）卖点

这是核心问题，把之前的事情做完了，就需要把特产行业了解一下，

把那些优势和卖点形成书面资料或是广告资料或是电话脚本。这样子就可以去做下一步的事情了。

APP启动

1、人员配制

(1名编辑)编辑要求:经常上APP,会使用Office,会对HTML进行排版编辑,有一定的互联网经验,有一定的文笔。编辑:主要负责APP内容维护及线上推广工作;

2、收集潜在会员、厂家资料

收集行业相关的企业(配套行业、行业、)等资料:1.(客户资料,包括但不限于邮箱、电话、传真、具体地位)2.通过线下关系收集3.通过阿里巴巴企业库4.通过搜索引擎

5.收集邮件是有专门的,可以让它不断在网上找,然后收集起来。

6.通过腾讯qq空间,微信,微博,客户端等超大流量社交网站进行资料采集。3、进行线下的推广营销

前期主要是吸引厂家加盟,这时需要列出所以针对厂家加盟的卖点,然后进行会员广告的销售!最好是写出电话营销脚本或是宣传单页。

a)先将有一定关系的厂家或是经销商拉进来,然后通过客服人员进行线上或是线下营销将大量相关厂家拉进来。因为厂家是免费加盟的,可以尽可能多的拉一些,对于重点厂家可以赠送一些门户广告位

b)主要是吸引会员加盟,前期可以是免费的,主要将一些网站会员的卖点价值提高一下,对潜在客户进行宣传,方式可以有:电话、传真,

Email,纸制宣传单信件手段来做,同时统计一下每一种宣传效果,选出一种最有效的宣传方式,然后就可以大量以这种方式去操作,给客服人员每日做出量化考核。评估工作效率。

4、APP编辑的工作

1)围绕 APP关键词收集相关,或是从线下渠道收集资料发布在行业网站上,要注意突出关键词以及产品。

2)互联网一直是以内容为王,如何吸引用户还是以优秀的内容为主,所以尽可能的能发布一些实用的,有价值的行业文章。保持更新,每天每个栏目都能得到新发布的文章。

3)关键词优化,尽可在内文能突出关键词,做好锚点 团队建设

在原有基本上添加一名客服和项目经理; 分工明确,责权落实;

人员考评,尽可能的科学,公平,合理;

根据业务需要增配人员,工作量加大时需要及时补充人员; 提升相关人员的专业知识,业务能力,人员素质;

有长远的人员规划以及激励方案 APP推广

1、行业网站广告交换

当 APP有一定的流量时,可以找一些相同规模的同行 APP交换广告,即在你的 APP上做对方的广告,在对方 APP上做你的广告。这样可以不用花钱即可得到一定的广告效果。

2、产品关键词竞价排名 (SEM) 你可以有效控制预算来做广告。

3、行业 APP广告直投

找出一些有流量,有影响力的相关行业网或是相关网站,在他们网站

4、软文宣传

让专业写手为 APP 一到三篇专业软文，同时发布到专业到 APP 上。5、长尾关键词优化（网站 SEO）

根据 APP 的定位列出尽可能多的长尾关键词，这些关键词必须跟 APP 的方向、* 产品或是服务相关，相结合，然后我们可以针对这些关键词做一些 SEO 优化。通过关系网直接或是间接宣传行业门户 群发、订阅、报纸等手段

专业杂志报刊广告

6、效果分析，经验总结

对活动效果进行跟踪，统计做出一些数据分析，总归一些经验。对活动的宣传效果进行分析统计（主要依靠流量统计）对于参与厂家进行回访了解情况 对于不足之外需要讨论如查改进

7、流量分析

流量分析可以让你知道你的客户从哪里来，关心什么内容等，对 APP 运营是一个很好的数据参考。我们主要可以分析以下数据：

a. 每天的关注数据，它代表着来你 APP 的独立用户和点击量，关注数据可以理解成为每个用户到 APP 的翻看量，而翻看量越大，说明 APP 的吸引力越大，也就是粘性强。如果这个值小于 4 那就要注意内容建设了。

b. 来路流量：可以看看客户从哪些平台点过来，哪些平台的链接比较

这里同时也经常被用做广告效果分析，看一看投放哪种广告的效果比较好一些。对于些来没有什么来流的广告，就可以考虑撤消了。

c.搜索引擎：可以看看对哪些搜索引擎的优化效果好。

d.关键词：看看用户关心什么，以及哪些关键词优化做得好。

e.查看/浏览页面：看看用户看得最多的页面是哪个？这里是不是可以挖掘些有用的价值。因为有些页面流量是有时效性的，当时间过了，流量也降下去了，可以让你抓住在流量高的时候抓住商机。

f.入口页，这些页面经常是被直链或是优化做得比较理想的页面，可以学习或是在这些入口页面上做一些营销上的事情。

g.根据流量数据，我们可以对推广方式以及 APP 内容做一定的调整。等 APP 的人气和知名度上来以后，我们可以尝试提供一些收费服务。

8、信息流广告

一是社交信息流，社交信息流包括腾讯广点通；在腾讯的 QQ 空间和微信里展现的一些广告，但微信公众号文章底部的不算信息流。你在 QQ 空间里面看到的广告就是信息流广告，QQ 空间里面信息流展现的位置和友好度都是很好的，所以说广告好不好看广告展现的方式。还有新浪粉丝通，在新浪微博里面和 QQ 空间是类似的。陌陌也推出了自己的信息平台陌陌信息流。还有比较传统的天涯，可能有很多 90 后不知道天涯，在传统 PC 时代天涯基本上有一段时间就是社交的

岁

-50岁之间。二是新闻信息流里，有腾讯智慧推，新浪扶翼、今日头条、UC，UC给人印象比较深的是浏览器，经过最近改版之后已经变成了一个浏览器+新闻头条的产品。UC在移动端的用户量相当大，前4个是目前在市场上量比较大的。网站盈利

APP的赢利有多种方式方法，但是需要找到适合自己的那一种，当APP人气上去以后，其实APP的赢利是水到渠成之事。下面有几个方面可以去考虑。

1、通知组织活动来搞人气

活动本身就是可以赢利的项目，如果操作得好，活动可以成为APP的一道招牌菜，在全国各地全面开花，光是这些，估计都可以赚不少钱。而且可以将APP分支不断延伸，公司影响力不断提升。而且这样一来，APP人气就可以有效得到提升。

2、通过会员费或是增值服务

会员本身也是赚钱的项目，只要能提供会员们感兴趣的内容或是服务，让他们在其中可以获利，那么从他们那里收取少部份的服务费是非常容易，当会员数据成长到一定程序，赢利变得很自然而稳定的事情了。以后我们还可以想出一些个性化的增值服务来进一步提升APP赢利能力

3、展会服务、广告代理

由于APP自己的活动举办的好，可以光以这个项目为线下企业组织各种活动，或是展会，或是以APP名义在做展位和宣传，相信可以帮助

同时广告代理也是可以操作的，在前期在一些专业性网站或是媒体投放广告，积累一定的操作经验以后，以网站名义可以帮助线下会员企业做一些广告宣传的项目。

4、B2B

直接通过 APP 卖产品，不管是卖谁的，赚钱方式是直接的，关键是 APP 需要有一定的人气和知名度。

5、APP 广告

APP 如果能达到一定的知名度和公信力，APP 广告应该是最容易操作的一个赢利项目了。这时候，应该对 APP 广告位进行一些规化，排版。对每一个广告位的广告效果进行一些测试，然后定出每一个广告的报价。广告位在空余的时候尽可能做一些自己的广告或是公益性的广告，不要让它空着。但是仍然需要做出一个广告报价页面，以及说明那些广告位是可以投放的说明。前期广告位可以以赠送、配送等方式先放上去，后来可以先以低价方式做一些尝试，如果 APP 人气上来了，知名度上来了，APP 上的广告更多是一种知名度，实力，形象的宣传了，这时候价格就可以提上来了。

软文推广说明

软文营销推广是中小企业现阶段赖以发展和对外推广的最优选择，通过软文推广能够带动企业销量的快速增长。通过软文营销推广创建的是企业品牌价值，这样带来的客户比一般推广方式更有黏性，如果你的产品或服务很好，通过客户的口碑传播还会带来更多销量。

A. 软文推广的作用

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/307066151034006064>