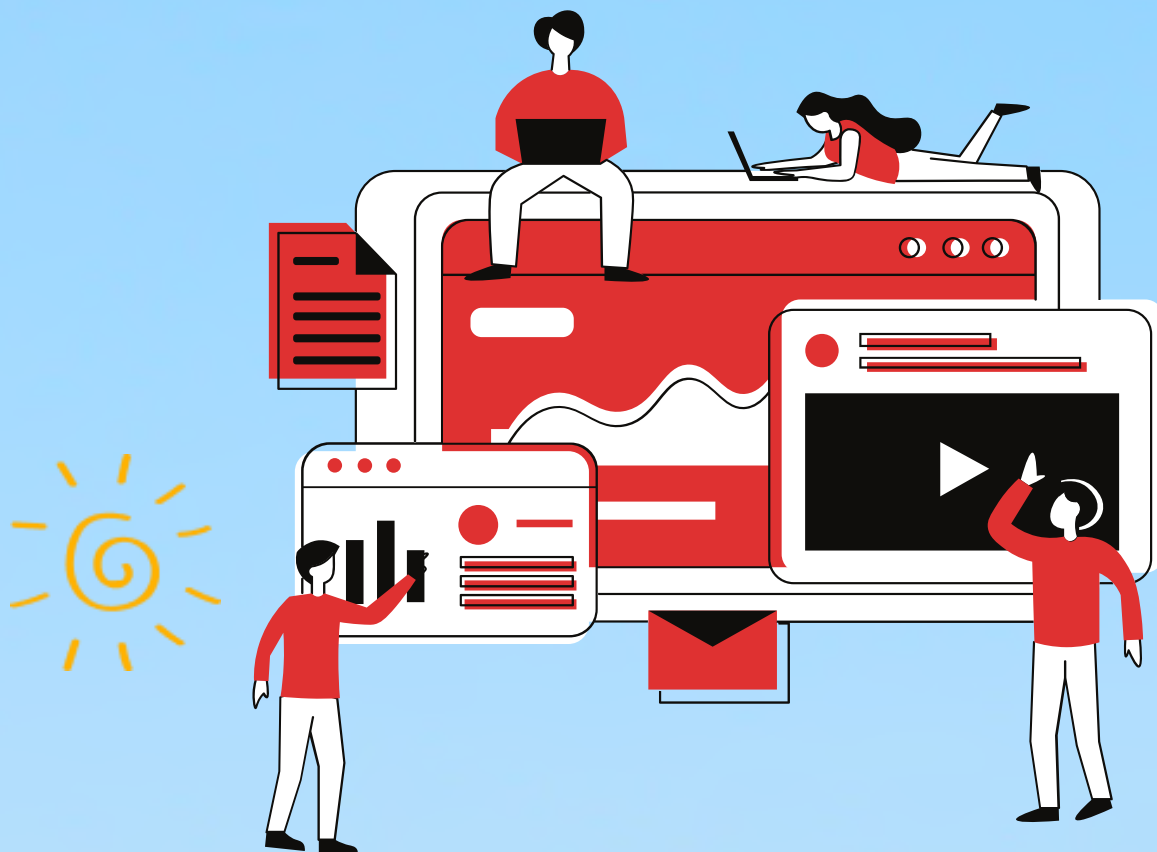


بازاریابی اپلیکیشن موبایل چرا؟ و چگونه؟



بازاریابی اپلیکیشن موبایل
چرا؟ و چگونه؟



<https://iracode.com/marketing-applications/>



۰۹۱۲۴۸۰۴۵۳۵

بازاریابی اپلیکیشن موبایل چرا؟ و چگونه؟



امروزه تقریباً همه ی افراد، از کودکان گرفته تا سالمندان از موبایل های هوشمند استفاده می کنند. در حال حاضر بازار بزرگی برای اپلیکیشن های موبایل وجود دارد. برای اینکه افراد برنامه ی شما را در کنار صدها گزینه مشابه، انتخاب کنند، شما نیاز به بازاریابی عالی دارید. بازاریابی اپلیکیشن موبایل کاری مهم و ضروری بعد از طراحی اپلیکیشن میباشد. ما در این مقاله به دو مبحث در مورد بازاریابی اپلیکیشن موبایل می پردازیم. پس با ما همراه باشید.



بازاریابی اپلیکیشن موبایل چیست؟

بازاریابی اپلیکیشن موبایل، بر ارتقا و تبلیغ اپلیکیشن تمرکز دارد و مهم ترین ویژگی آن حفظ و تعامل کاربرانی که برنامه ی شما را قبلاً دانلود کرده اند است. هدف بازاریابی اپلیکیشن موبایل، افزایش کاربران، جلوگیری از تقلب در بازاریابی، افزایش تعاملات کاربران با اپلیکیشن و پیگیری میزان موفقیت کمپین های تبلیغاتی است. بازاریابی اپلیکیشن های موبایل را بازاریابی موبایل اشتباه نگیرید. بازاریابی موبایل مفهوم وسیعی دارد و شامل تبلیغات موبایلی، وب سایت های موبایل و اپلیکیشن ها است. بازاریابی اپلیکیشن موبایل به دو صورت رایگان و پولی انجام می شود.

بازاریابی اپلیکیشن موبایل به صورت رایگان

بازاریابی اپلیکیشن موبایل به صورت رایگان به بهینه سازی اپلیکیشن برای فروشگاه های اپلیکیشن معروف است. شاید این سوال برایتان پیش بیاد که بهینه سازی اپلیکیشن یا ASO چیست؟



ASO (App Store Optimization) یا بهینه سازی فروشگاه اپلیکیشن به فرآیندی گفته



بازاریابی اپلیکیشن موبایل چرا؟ و چگونه؟

می شود که باعث افزایش دیده شدن اپلیکیشن و دریافت رتبه بالاتر در نتایج جستجوی فروشگاه های اپلیکیشن مثل Google Play، App Store و کافه بازار می شود. رتبه بندی اپلیکیشن ها براساس جستجوی کلید واژه ها است. برای اینکه در این زمینه موفقیت کسب کنید باید اپلیکیشن خود را به گونه ای بهینه سازی و راه اندازی کنید که در معرض دید کاربران بالقوه قرار بگیرد.

راه کارهای ASO که به شما می خواهیم پیشنهاد دهیم، به شما در بهینه سازی اپلیکیشن کمک زیادی می کنند.

• برای اپلیکیشن عنوان مناسبی انتخاب کنید.

انتخاب عنوان مناسب برای اپلیکیشن علاوه بر برند شدن و جا انداختن اپلیکیشن شما در ذهن مخاطب، برای موفقیت در ASO هم ضروری است. عنوان مناسب باید از ویژگی های زیر برخوردار باشد:

- ساده و کوتاه باشد.
- نام تجاری و کسب و کارتان را منعکس کند.
- به راحتی تلفظ شود.
- نوع کسب و کارتان را برای کاربران مشخص کند.
- به خاطر بماند.

ممکن است عنوانی که برای اپلیکیشن انتخاب کرده اید، توسط فردی دیگر استفاده شده باشد. اگر شما همان نام را استفاده کنید باعث به اشتباهی اپلیکیشن دیگر به جای اپلیکیشن شما دانلود شود. پس قبل از انتخاب عنوان کمی تحقیق کنید.

• کلمات کلیدی به جایی انتخاب کنید.

کلمات کلیدی تاثیر زیادی در جستجوی اپلیکیشن دارند. پس دقت زیادی در انتخاب کلمات کلیدی داشته باشید. ببینید کاربران برای جستجوی اپلیکیشنی مشابه اپلیکیشن شما از چه کلماتی استفاده می کنند.

• آیکون مناسب برای اپلیکیشن طراحی کنید.

بیشتر کاربران کیفیت یک اپلیکیشن را از روی آیکون آن بررسی می کنند. اولین موردی که کاربر هنگام جستجوی اپلیکیشن با آن روبه رو می شود آیکون اپلیکیشن است. درسته آیکون اپلیکیشن بر رتبه بندی اپلیکیشن به صورت مستقیم تاثیر نداشته باشد اما باعث جلب توجه مخاطبان زیادی می شود و تعداد دانلود اپلیکیشن را افزایش می دهد.

• اپلیکیشن را همواره آپدیت کنید.

اپلیکیشن هایی که به طور مداوم آپدیت می شوند، بیشتر در مورد توجه فروشگاه های اپلیکیشن و مشتریان قرار می گیرند. با آپدیت شدن هر نسخه اپلیکیشن، کارآمدی آن و رفع نواقص قبلی، رتبه بندی اپلیکیشن در صفحات جستجو نسبت به نسخه قبلی بالاتر می رود.

بازاریابی اپلیکیشن موبایل چرا؟ و چگونه؟

• توضیحات قانع کننده برای اپلیکیشن ارائه کنید.

اپلیکیشن و ویژگی های آن را به صورت دقیق و زبان ساده توضیح دهید و برای دانلود آن برای مخاطبان دلایل قانع کننده بیاورید. با هر بار آپدیت اپلیکیشن، متن توضیحات را هم تغییر دهید.

• از تصاویر و ویدئو استفاده کنید.

تصاویر می توانند کاربری اپلیکیشن را نمایش دهند و این اجازه را به کاربر بدهند قبل از دانلود اپلیکیشن با محیط آن آشنا شوند. اسکرین شات هایی که استفاده می کنید باید آخرین آپدیت، مهم ترین ویژگی ها و محبوب ترین قسمت های اپلیکیشن را نشان دهند.

بازاریابی اپلیکیشن موبایل با هزینه



به فرآیندهایی پولی که سازندگان اپلیکیشن برای جذب کاربر، حفظ و تعامل کاربر با اپلیکیشن انجام می دهند، بازاریابی پولی اپلیکیشن (Paid App Marketing) می گویند. بسیاری از سازندگان اپلیکیشن برای حل مشکل، جذب کاربران جدید و افزایش تعداد نصبی اپلیکیشن خود، به روش های مختلف بازاریابی پولی اپلیکیشن روی آورده اند.

برای بازاریابی پولی اپلیکیشن روش های زیادی وجود دارد. سازنده اپلیکیشن باید براساس نوع کسب و کار، میزان بودجه، هدف کسب و کار و محل حضور مخاطبان هدفش باید از بین روش ها یک روش انتخاب کند. روش های بازاریابی پولی اپلیکیشن شامل موارد زیر می شود:





استفاده از شبکه های اجتماعی قطعا از بهترین روش های بازاریابی است. اما باید هوشمندانه انجام شود. شبکه های اجتماعی به سازندگان اپلیکیشن که با محدودیت بودجه مواجه هستند، کمک می کنند به صورت فراگیر با مشتریان و مخاطبان خود دسترسی داشته باشند. قرار دادن لینک دانلود اپلیکیشن در شبکه های اجتماعی کافی نیست. شما باید مخاطبان را با اپلیکیشن خود درگیر کنید و برای آنها جلب توجه کنید. تلگرام و اینستاگرام از تاثیر گذارترین شبکه های اجتماعی برای سازندگان ایرانی اپلیکیشن هستند. اگر می خواهید در خارج از کشور اپلیکیشن خود را تبلیغ کنید می توانید از فیس بوک و توئتر استفاده کنید.

• تبلیغات مردمی



تبلیغات مردمی که نام دیگر آن بازاریابی دهان به دهان است، از روش های مقرون به صرفه بازاریابی پولی است. تاثیر این روش نسبت به سایر روش های تبلیغاتی بیشتر است. مردم گاهی اوقات آنچه در تبلیغات گفته می شود را باور نمی کنند اما پیشنهاداتی که دوستان یا آشنایان به آنها می دهند را خیلی زود می پذیرند و به آنها عمل می کنند.

ساخت اپلیکیشن کاربردی، با کیفیت باعث موفقیت در این بازاریابی می شود. مراحل بازاریابی دهان به دهان را به صورت تیتروار برای شما آورده ایم.

- فعالیت در شبکه های اجتماعی
- تمرکز بر کیفیت

• ایجاد انگیزه در مخاطب

• استفاده از شبکه های تبلیغاتی

گاهی اوقات موفقیت یا شکست یک کسب و کار به شبکه تبلیغاتی که انتخاب کرده است برمی گردد. برای انتخاب یک شبکه تبلیغاتی مناسب معیارهایی مانند کیفیت تبلیغات، سیستم قیمت گذاری، هدفمندی و ... در نظر بگیرید. شبکه تبلیغاتی همه کار اعم از راه اندازی کمپین، دریافت پول، هدفمندی در انتخاب مخاطبان ... انجام می دهد. شبکه های تبلیغاتی در فرمت های گوناگون تبلیغات آنلاین فعالیت می کنند. بستر تبلیغاتی که انتخاب می کنید به نوع و کاربرد اپلیکیشن شما و شناخت شما از مخاطبان بستگی دارد. فرمت های گوناگون تبلیغات آنلاین را به صورت تیتروار برایتان آورده ایم.

- تبلیغات بینابینی
- بنرهای تبلیغاتی
- تبلیغات همسان
- تبلیغات ویدئویی
- پوش نوتیفیکیشن
- تبلیغات پیش نمایشی
- ایمیل مارکتینگ



ایمیل مارکتینگ نوعی از بازاریابی مستقیم است. با استفاده از ایمیل مارکتینگ به گروهی از افراد برای معرفی یا ترویج محصول یا خدمات ایمیل ارسال می کنیم. اغلب بیشتر برندها و کسب و کارها از ایمیل مارکتینگ استفاده می کنند. شخصی سازی و اتوماسیون، تکنیک های تقسیم بندی ایمیل مارکتینگ را به یکی از ابزارهای قدرتمند بازاریابی اپلیکیشن تبدیل کرده اند. این روش بازاریابی پولی اپلیکیشن می تواند به اهداف مختلف بازاریابی مثل افزایش کاربران جدید، ارسال محتوا و ... پاسخگو باشد.

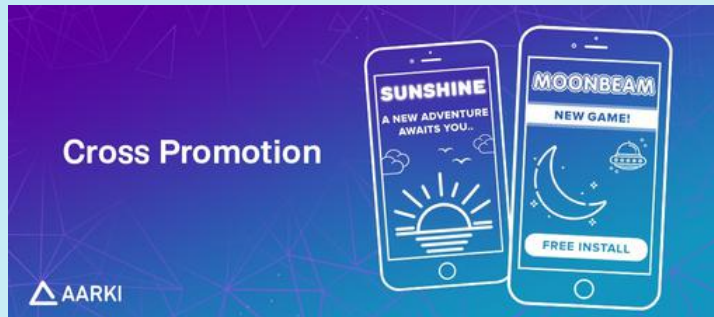
• بازاریابی دوجانبه

بازاریابی بازاریابی اپلیکیشن موبایل دوجانبه یا متقابل یک نوع استراتژی مبادله ای است. توسعه دهندگان یا پلتفرم ها با یکدیگر همکاری می کنند. در این نوع بازاریابی شما باید اپلیکیشن خود

بازاریابی اپلیکیشن موبایل چرا؟ و چگونه؟



را در اپلیکیشن های دیگری که از قبل کاربر جذب کرده اند، تبلیغ کنید. به ازای آن، شما به تبلیغ آن اپلیکیشن ها درون اپلیکیشن خود می پردازید. این نوع بازاریابی هزینه کمی دارد. سعی کنید اپلیکیشن های مرتبط با اپلیکیشن خودتان انتخاب کنید.



• استفاده از گوگل ادوردز

کمپین های تبلیغاتی گوگل ادوردز آگاهی مردم از اپلیکیشن شما را افزایش می دهند و باعث افزایش تعداد کاربران و تعاملات آنها با اپلیکیشن می شود. برای اجرای کمپین های تبلیغاتی گوگل ادوردز، فقط چند خط کافیت بنویسید. زبان و مکان موردنظر و نرخ برای سیستم مزایده (Bid) را تعیین کنید. کارهای باقی مانده را سیستم گوگل ادوردز انجام می دهد. تبلیغات گوگل ادوردز از روش های بازاریابی گران قیمت است.

• بازاریابی آفلاین

هر نوع تبلیغ و آگهی در خارج از محیط اینترنت منتشر شود بازاریابی آفلاین می نامند. این نوع بازاریابی روش های متنوعی دارد برای مثال استفاده از تبلیغات تلویزیونی، بیلبوردها، آگهی کاغذی و ... نام برد. این نوع بازاریابی منجر به خرید فوری اپلیکیشن نمی شود اما برای جلب مشتریان خوب است. بازاریابی آفلاین برای اپلیکیشن هایی فقط تبلیغات محلی دارند خوب است.

اندازه گیری عملکرد بازاریابی اپلیکیشن موبایل

هر نوعی از بازاریابی باید براساس اطلاعات، قابل اندازه گیری باشد. معیارهایی که میزان موفقیت بازاریابی اپلیکیشن شما را می توانند اندازه بگیرند را در ادامه آورده ایم.

- تعداد دانلود
- مدت زمان در برنامه بودن
- نرخ نگهداری
- ارزش طول عمر
- کاربران روزانه و ماهانه