

<<追逐App Store的脚步>>

图书基本信息

书名：<<追逐App Store的脚步>>

13位ISBN编号：9787111356196

10位ISBN编号：7111356195

出版时间：2011-10

出版时间：机械工业出版社

作者：项有建

页数：282

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<追逐App Store的脚步>>

内容概要

本书从理论与实用相结合的角度出发，介绍了如何进行软件产品设计，特别是如何针对现代手机软件产品进行设计；介绍了数字产品的营销方法，特别是如何针对现代手机软件产品进行营销的方法。书中强调了用户需求以及竞争两个设计视角，介绍了“平台辐射原理”，初步解决了如何利用公式化的方法用平台推广产品的问题；此外，书中还附加了实例分析，以供读者参考。

本书主要面向软件设计人员、产品营销方案策划者以及有意从事手机软件开发的人员，也可以作为软件设计课程、产品营销课程以及电子商务课程的参考书。

<<追逐App Store的脚步>>

书籍目录

前言

第一篇 知己知彼——加入App Store淘金行列

第1章 App Store引爆手机应用火山

1.1 创新给苹果公司带来丰厚回报

iPhone盛况空前

App Store几近疯狂

1.2 开发者英雄的故事

掌上游戏开发商Gameloft

休闲游戏Doodle Jump——涂鸦跳跃

1.3 App Store带来手机软件行业的革命

阻碍手机软件发展的传统销售模式

App Store的产生背景

App Store的影响力与发展现状

App Store 模式革命

1.4 App Store给开发者们带来的机会

利润向软件转移是手机领域的趋势

“应用和软件”是3G的发动机，也是开发者的金矿

App Store使得创业的门槛大为降低

App Store开发者们的总收入超过了10亿美元

80%的App Store开发者忍饥挨饿的原因

挤进20%的幸运App Store开发者行列的方法

第2章 开发者将要面临的生存环境

2.1 3G时代与“移动互联网”

3G是一个时代，而不是某种具体的技术

3G时代强调的是开放性

3G手机与手机3G化

移动互联网只是物理层面的概念

找错方向的UC与腾讯的WAP之争

2.2 App Store店和App Store模式

App Store模式的基本概念

App Store模式的支撑

App Store模式在3G时代的价值

App Store店与App Store模式的区别

App Store店的三个要素——客源、产品和交易过程

App Store模式的分类

2.3 App Store模式的生态系统

App Store平台的拥有者

操作系统

电信运营商

销售渠道

开发商

消费者

第3章 寻找足以依靠的App Store

3.1 要警惕长尾失效

无量的长尾难以奏效

<<追逐App Store的脚步>>

平台繁杂带来的问题

Android Market后来居上

3.2 软件规划与研发的前期准备工作

寻找App Store沃土

App Store缺乏通用性

3.3 主流操作系统与发展前景

移动开发者如何选择平台

苹果操作系统

微软操作系统

Symbian

Android

OPhone

第4章 如何突破App Store销售规则的限制

4.1 令人无奈的排名规则——App Store的阿基米德现象

4.2 突破排名的局限性,让顽石浮出水面

4.3 利用第三方渠道进行销售

第二篇 乱世英雄——App Store的机遇与挑战

第三篇 吴下阿蒙——不打无理论准备之仗

第四篇 内修其政——建立优势从软件设计开始

第五篇 外伐其道——主动推广软件的方法

第六篇 学以致用——实战演练

后记

<<追逐App Store的脚步>>

章节摘录

版权页：插图：市场占有率这个概念，是从蓝契斯特法则中衍生出来的。

市场占有率是现代竞争理论中可以进行精确的量化处理的、一个最为重要的指标；对市场占有率进行对比分析比较的结果，通常是人们对竞争策略进行决策的基础。

对于蓝契斯特法则本身来说，还是有些复杂的，但是，只需掌握几个重要的结论，就能够应付一般性的运用了。

胜利是属于强者的。

这个“强”主要从两个方面来显示，一个是数量，另一个是质量。

交换比是一个非常重要的概念，交换比越高，说明我方的质量越高，因此，所需要的兵员数量就越少。

通过提高装备的效率（如用机枪替代步枪），能够对战斗力有所提高。

但要注意的是，质量增加的平方数所带来的提高才能够与数量的增长相抗衡，如1个拥有16倍武器效率的机枪兵的攻击力，仅仅只能和效率为1的4个步枪兵的攻击力量相当。

作为强者的一方希望通过概率战，以响应第二法则为最佳方案，这样一来，就可以以最小的代价消灭弱者，这就是所谓的同质化战略；而弱者则希望避免概率战，以响应第一法则（单兵法则）来对付强者，将自己所受到的伤害减小到最低的程度，这就是所谓的差异化战略。

市场占有率相当于兵员数。

交换比相当于各类产品之间质量的优势程度。

库普曼修正法则提出了对于竞争的各方，要用一种动态的观点来观察问题，这里主要涉及了战场背后的因素，认为市场占有率是战术力，竞争一方的总体综合实力（包括研发、生产能力、品牌效应等）是战略力，两者之间存在着有机相连的关系。

“三比一”是判断的一个基准，当市场占有率为3:1的时候，强者是不可战胜的。

任何时刻都必须掌握正确的敌我双方关系的资料，才能造成“知己知彼，百战不殆”的境界。

下面是对蓝契斯特法则进行的简介，由于库普曼修正法则过于复杂，本书不进行详细介绍。

<<追逐App Store的脚步>>

编辑推荐

《追逐App Store的脚步:手机软件开发者创富之路》:全面理解未来手机软件销售的主流模式-App Store,手机软件开发全程指导——理论基础+产品设计+软件推广+实战演练,解读竞争理论,揭示顶圈推广的内在规律——平台辐射原理,深刻剖析产品成功的三大要素——需求性+用户需求元素+竞争性,助您掌握推广软件的三大利器——市场细分+知己知彼+置身网络。

在App Store之中,如何利用App Store提供的便利,又如何挣脱App Store所带来的种种束缚?

优异的产品设计和强大的推广能力是产品迈向成功的两大基石。

优异的产品设计和强大的推广能力从何而来?

如何为产生“优异产品设计”的思路而找到一个更具可操作性的方法,又到何处去找寻一个具有“强大推广能力”的手段以供您复制?

《追逐App Store的脚步:手机软件开发者创富之路》所独创的“产品成功的三大要素”与“平台辐射原理”或许能够帮助您克服这些难题。

《追逐App Store的脚步:手机软件开发者创富之路》将帮助您发现软件产品的本质,运用目前为止最具威力而又可以进行复制的网络营销手段,设计出对用户有所帮助并能够让竞争者感到头痛的产品。

想拥有自己的成功手机软件产品吗,那您还在等什么?

“App Store模式”提出者倾囊之作,助您成为日进斗金的创富明星。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>