

# 《放飞APP》

## 图书基本信息

书名：《放飞APP》

13位ISBN编号：9787115322913

10位ISBN编号：7115322910

出版时间：2013-7

出版社：人民邮电出版社

作者：[美] Ken Yarmosh

页数：219

译者：鞠玮婕,邓力

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu111.com](http://www.tushu111.com)

# 《放飞APP》

## 内容概要

# 《放飞APP》

## 作者简介

作者简介：

Ken Yarmosh

产品策略师，致力于制作出色的移动端应用。在从事移动应用开发之前，他策划过许多桌面和网页应用程序，包括财务软件系统和自动化营销搜索平台等。Ken自己开发过畅销的应用，也在App Store中成功打造过畅销美国的知名应用。

## 书籍目录

### 目 录

#### 第一部分 战略

##### 第1章 有了应用创意之后 2

###### 1.1 “新的” App Store 3

###### 1.2 评估自己的创意 4

###### 1.2.1 App Store 4

###### 1.2.2 用数据指标来衡量你的应用 10

###### 1.2.3 了解自己和自己掌握的资源 18

###### 1.3 访谈 19

###### 1.3.1 Digital Post : Mike Rundle 19

###### 1.3.2 Mobclix : Krishna Subramanian 22

###### 1.4 重要内容回顾 25

##### 第2章 欲善其事，先利其器 26

###### 2.1 熟悉苹果的设备 26

###### 2.1.1 先思考，再设计 26

###### 2.1.2 精细入微，充分了解设备功能 27

###### 2.1.3 iOS 35

###### 2.2 学会应用的创新 38

###### 2.2.1 内心要热情，头脑要冷静 38

###### 2.2.2 蓝海可能更红火 39

###### 2.2.3 其他的成败因素 44

###### 2.3 访谈 44

###### 2.3.1 Smule : Jeff Smith 44

###### 2.3.2 Sophistication Software : SophiaTeutschler 46

###### 2.4 重要内容回顾 48

##### 第3章 从创意到产品概念 50

###### 3.1 顾客是关键 50

###### 3.1.1 为什么现在就要寻找顾客 51

###### 3.1.2 谁是你的顾客 51

###### 3.1.3 如何寻找顾客 53

###### 3.1.4 与顾客交流什么 57

###### 3.2 架构概念应用 60

###### 3.2.1 如果你缺乏艺术天赋 60

###### 3.2.2 学习使用线框图 60

###### 3.2.3 反复接触顾客 64

###### 3.3 访谈 65

###### 3.3.1 KISSmetrics : Cindy Alvarez 65

###### 3.3.2 Balsamiq Studio: Peldi Guilizzoni 67

###### 3.4 重要内容回顾 68

#### 第二部分 开发

##### 第4章 招兵买马，慧眼识才 70

###### 4.1 你的应用团队 70

###### 4.1.1 技能 71

###### 4.1.2 评估人才 73

###### 4.1.3 成本 75

###### 4.2 寻觅人才 78

4.2.1	创建招募模板	78
4.2.2	招募人才的渠道	79
4.2.3	决定合作	81
4.3	访谈	82
4.3.1	GetAppsDone.com : Davide Di Cillo	82
4.3.2	AppStoreHQ : Chris DeVore	84
4.4	重要内容回顾	86
第5章	做出一个好用的应用	87
5.1	开发过程	87
5.2	应用的路线图	88
5.2.1	发布、特性和升级	89
5.2.2	确定1.0版本	90
5.2.3	介绍你的应用	93
5.3	设计和开发	95
5.3.1	设计	95
5.3.2	开发	105
5.4	管理应用的进度	108
5.4.1	保持井井有条	108
5.4.2	页面和原型	111
5.5	访谈	112
5.5.1	Tapbots : Paul Haddad和MarkJardine	112
5.5.2	Agile Web Solutions : RoustemKarimov	114
5.6	重要内容回顾	116
第6章	在App Store上线前的优化工作	117
6.1	安装应用	117
6.1.1	UDID	118
6.1.2	在Provisioning Portal中注册设备	119
6.1.3	移动配置文件	120
6.1.4	开发版应用	121
6.2	beta版测试	123
6.3	质量检测与反馈	124
6.3.1	让测试更加“真实”	124
6.3.2	用户反馈和bug	125
6.3.3	深入处理麻烦的bug	126
6.3.4	筛选反馈	128
6.4	访谈	129
6.4.1	Hog Bay Software : Jesse Grosjean	129
6.4.2	Mariner Software : Michael Wray	130
6.5	重要内容回顾	132
第三部分	发布	
第7章	准备提交到App Store	134
7.1	开发尾声	134
7.1.1	数据分析	134
7.1.2	App Store里应用的二进制文件	137
7.2	iTunes Connect	137
7.2.1	提交App Store时的核对清单	137
7.2.2	提交到App Store	138
7.2.3	App Store中的审核流程	144
7.3	访谈	146

7.3.1	TapMetrics : Christopher Brown	146
7.3.2	PowerBase : Dominik Balogh	148
7.4	重要内容回顾	149
第8章	渐入佳境的市场营销	150
8.1	改变你对市场营销的看法	150
8.1.1	不存在最妙的营销方式	151
8.1.2	如何阅读本章	152
8.2	渐入佳境的市场营销	152
8.2.1	第一阶段	153
8.2.2	第二阶段	157
8.2.3	第三阶段	159
8.2.4	第四阶段	163
8.3	发布应用 (第五阶段)	171
8.3.1	兑换码	171
8.3.2	发布时的检查清单	172
8.3.3	更多推广方式	174
8.4	访谈	178
8.4.1	tap tap tap : Phill Ryu	178
8.4.2	Grades : Jeremy Olson	181
8.4.3	TouchArcade : Arnold Kim	184
8.5	重要内容回顾	185
第9章	评估成果, 把握未来	187
9.1	深入App Store	187
9.2	持续与用户交流	194
9.2.1	倾听用户的意见并向他们学习	194
9.2.2	应用更新	196
9.3	评估应用的未来	200
9.3.1	是否应闭门关张	200
9.3.2	除了危险信号之外	201
9.3.3	放眼未来	202
9.4	访谈	202
9.4.1	Flurry : Peter Farago	202
9.4.2	Lumos Labs : Romain David	204
9.4.3	appFigures : Ariel Michael	205
9.5	重要内容回顾	208
后记	当移动设备不再是异类	210
附录A	建议和工具	212

# 《放飞APP》

## 编辑推荐

《放飞App：移动产品经理实战指南》编辑推荐：如何让你的iPad或者iPhone应用在App Store中出类拔萃？许多书籍单纯从技术方面来探究苹果应用的设计和开发，在探究这些问题的同时，同样关注商业、产品和市场方面的内容，这对准备、制作并销售应用都是至关重要的，是把一个好创意转化为真正成功的产品所不可或缺的要素。无论你是设计师、开发者、企业家，还是怀揣优秀创意的普通人，《放飞App：移动产品经理实战指南》P都是你案头必备的。它涵盖了应用开发过程中的每一个步骤，从策划一个可靠的概念、与早期用户持续交流、开发应用到隆重发布这个应用，无不给出了详尽可行又有理有据的策略。此外，还提供了多篇对App Store中最成功的开发者的访谈。

# 《放飞APP》

## 名人推荐

“不管你是想自己做一个应用，还是想雇人来做，《放飞App：移动产品经理实战指南》都能够让你充满智慧地应对最重要的事项。”——John Jantsch，Duct Tape Marketing以及The Referral Engine两本书的作者



# 《放飞APP》

## 精彩短评

- 1、没啥内容的一本书
- 2、就是一个入门级的读物，对于想了解app store想着的知识有点用处
- 3、快速翻完，比较基础。
- 4、洋洋洒洒，感觉啥也没说。
- 5、比较满意，很适合准备入行移动app的人看。
- 6、看不下去了，想偷偷懒看书评，结果。。。
- 7、缺少技术含量，内容太少，有骗钱嫌疑。
- 8、策划运营
- 9、泛泛而谈

## 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:[www.tushu111.com](http://www.tushu111.com)