

玩否

玩否

- ◆ 所属类型：☐ 系统 ☒ 工具 ☐ 平台
- ◆ 开发时间：2016年4月
- ◆ 参选类别：年度最佳移动广告投放工具

大数据营销时代，数据是根本。如何让用户既能利用碎片化时间进行娱乐，又能积累大量高质数据来帮助广告主实现移动营销效果是我们深思的问题。基于此，亿起联科技泛娱乐自媒体平台开发了互动娱乐式iOS端产品——玩否，其主力用户学生、上班族等年轻群体可以通过安装玩否推荐的优秀应用、邀请徒弟、完成指定任务、签到等方式获得积分、红包等奖励。创新玩法的玩否让粉丝通过激励性任务与广告主形成了高频有效的互动，帮助广告主实现ASO优化、榜单排名优化和品牌曝光。

使用说明

在移动互联时代，互动娱乐式明星产品“玩否”可以让用户不断地发现新鲜好玩的应用、get实力派新技能、邂逅不期而遇的新惊喜，打造了用户与广告主独特的互动模式。好了，现在点击[玩否产品宣传片](#)了解这款产品的具体玩法吧！

应用范围

适用于IOS设备的用户，以及有ASO营销需求的广告主。

优势集结：

- 在形式和内容上全面展开创新，利用社群和影响圈的概念来发展用户数量以及培养用户忠诚度，吸引了一批高质量的微客铁杆粉丝群。截止目前，玩否累积用户500万+，日活用户40万+，日新增2.5万+，依靠自身高颜、有料、多金的三重魅力，ios玩否的日均分发量超过10万。
- 拥有专业的推广大牛、最新的苹果算法、优质的用户流量，并提供不分昼夜的服务，合作的广告主涉及手游、电商、O2O、理财、资讯、工具等20大类别的700余家，在关键词建议、量级预估、竞品分析、结果跟踪、算法研究与创新、安全系统等方面具备领先优势。
- 帮助广告主实现ASO优化、榜单（免费榜/付费榜/畅销榜）的排名优化和品牌曝光，涵盖信息流、积分墙、banner、插屏等多种广告形式，并兼顾CPA/CPT/CPS/CPC/CPM等多样的投放模式，力求以最低的成本帮助广告主实现精准投放，最大化地获得最真实有效的自然流量。

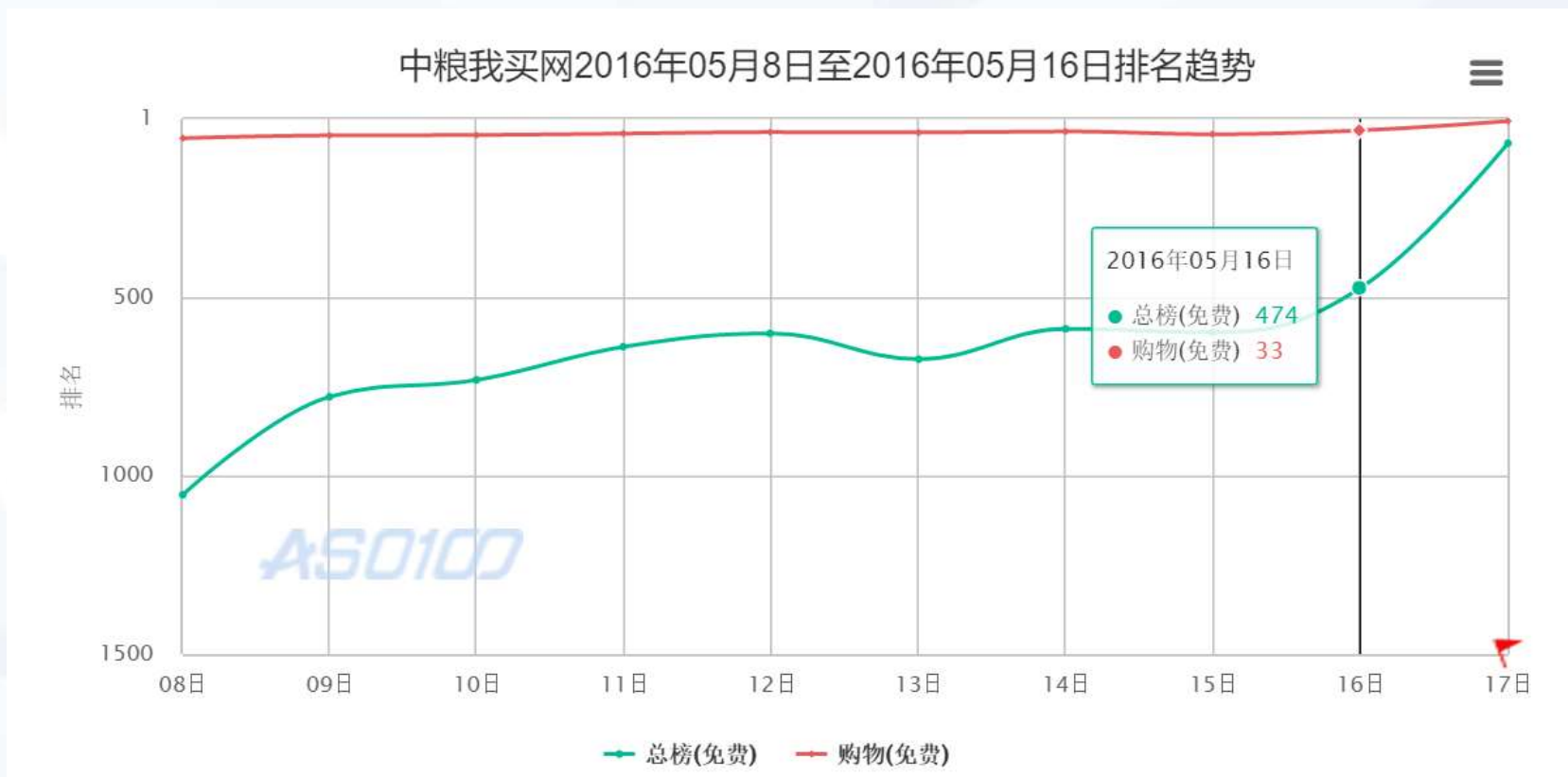
营销案例 1：

- 案例名称：中粮我买网
- 推广时间：2016年5月
- 背景：以ASO为主，配合517吃货节的活动进行榜单排名优化
- 策略：5月上旬以ASO为主，17日冲榜Top50+热搜；5月下旬以ASO为主
- 效果：网购、团购等高热度词长期维持Top5

关键词排名Top10 的个数明显提升

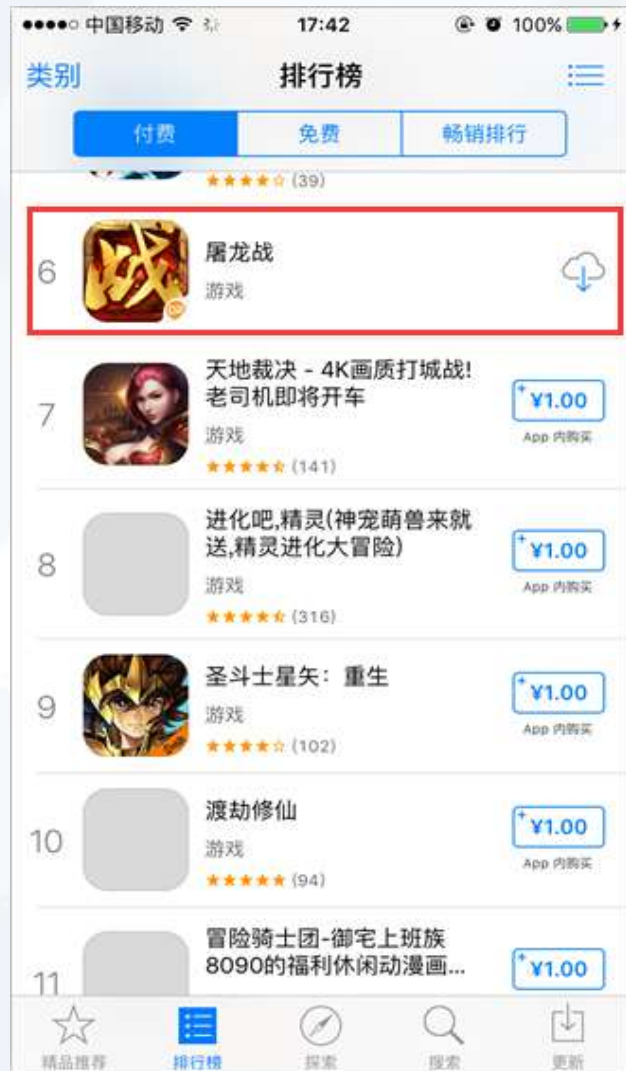
榜单稳定，曲线逐步上升

应用实例及效果



营销案例 2：

- 案例名称：屠龙战
- 投放量级：5000
- 效果：榜单大幅提升，占据付费榜单第 6 名



业界反馈：

上线不久，
玩否成为饱受广告主认可的创新型ASO媒体，
在第七届金鼠标大奖赛中
被评为“年度最佳数字营销工具”。

