



Acquisition

Acquisition 前提

Aha
Moment

North Star
Metric

没有价值的营销

Acquisition 前提



LANGUAGE-MARKET FIT

소통/마케팅

APB



PRODUCT-CHANNEL FIT

상품

찾고 대상 1

(사용자)

Acquisition Product-Channel



自己可控制.

VIRAL

病毒式 마케팅.

US 3371 20147471.

ex) Hotmail Send by ""



ORGANIC

不用花钱取得的



PAID

202

可能的問題與答案

使用者會搜尋嗎？

• SEO / SEM

SEO SEM
SEO 엔진 최적화 SEO 엔진 마케팅
優化

使用者會分享你的產品嗎？

• Viral / WoM

인도 - Share.
word of mouth

使用者增加對你的服務有加分嗎？

• Viral

使用者有在用其他平台嗎

• 合作

使用者終身價值很高嗎？

• 廣告

評估表格

product channel fit 用哪種管道.

다들 물어보.

這都不適合

| Channel | 成本 | 針對性 | 控制性 | 時間投入 | 產出時間 | 規模 大/小 |
|----------|----------|-----------------------------|-----------|--------|------|-----------|
| Facebook | 10分(成本低) | 어떤 종류의 사용자 FB에 가입했어? 10(타겟) | 可控制의 빈도不多 | 花時間多不多 | | |
| SEO | | | | | | |
| Viral | | | | | | |

請討論：



Content

Description: 무슨 channel 무지름.

LANGUAGE-MARKET FIT

如何描述你的內容產品？

구조: 사용자가 받아들일만한



PRODUCT-CHANNEL FIT

哪個管道獲得使用者效益最大？

想像不到的固定流量來源

product Channel
裡

Utility 日常使用

流量池

- 公車查詢
- 手機付費 app

流量在誰手上？

- 社群媒體使用者
- 入口網站 *Yahoo.*
- 流量池
- 主流媒體 *台灣時報*
- 事件