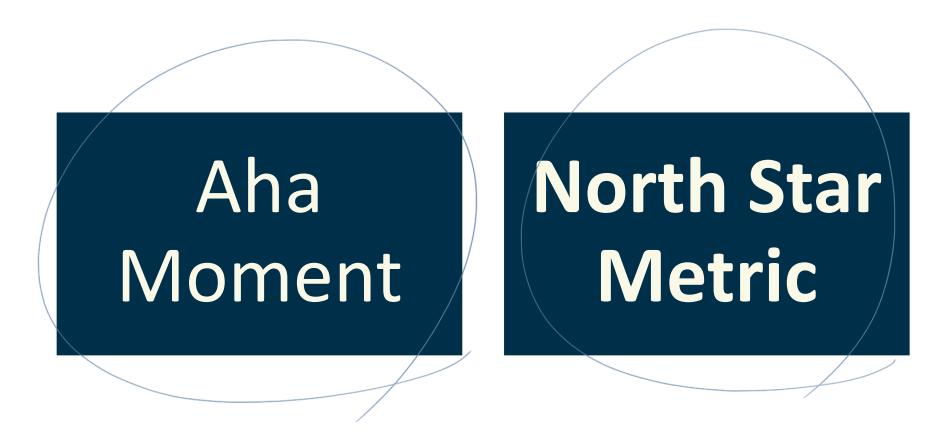
Acquisition

Acquisition 前提



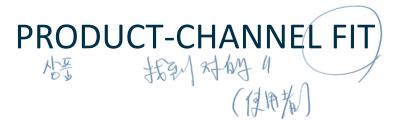
沒有利利好不图 market mg

Acquisition 前提



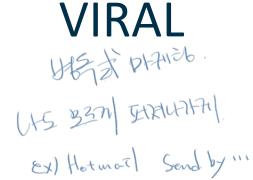






Acquisition Product-Channel







ORGANIC





可能的問題與答案

使用者會搜尋嗎?

AND NA

• SEO / SEM

स्ये ठामे अपने स्य ठाम मनारि

使用者會分享你的產品嗎?

• Viral / WoM Jost - Share.
West 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 ft 甲哪种管道

V	171100					
Channel	成本	針對性	控制性	時間投入	產出時間	規模
Facebook	的气候)	HEL SHELL ABSH FIBERT 336+112 (64+2)	到控制例 出现不多	花的图象不为		
SEO		·				
Viral						

請討論:



(outent 5

IT TO Description: St chame Puzzla

LANGUAGE-MARKET FIT

如何描述你的內容產品?

子童: 外部科 地叶岩块



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

placement Channel

理

Utility Fight

温量沙也

- 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 (ahoo.
- 流量池
- 主流媒體 為內別
- 事件