



APP STORE OPTIMIZATION (ASO)

2024



- ▶ Seyyed Amir Nima Ghaebi

فهرست مطالب

2	مقدمه
3	تفاوت SEO با ASO
4	چرا بهینه سازی اپلیکیشن برای اپ استورها مهم است؟
5	عناصر اساسی ASO
6 آیکون اپ
7 اسکرین شات ها
9 ویدیو
10 کلمات کلیدی
12	اگر دو اپ از یک کلمه کلیدی در اولین کلمه کلیدی استفاده کنند کدام رتبه بالاتری کسب میکنند؟
12 سرعت دانلود و تعداد دانلود های امروز
12 نرخ تبدیل حاصل کلمه کلیدی
13 رتبه بندی و نظرات
13 چرخه به روزرسانی
13 حفظ در محصول
14 متغیر نهایی درآمد شما
15	یک برنامه فوق العاده بسازید که مردم آن را دوست دارند
16	بومی سازی اپلیکیشن
16 بومی سازی قیمت گذاری
17 بومی سازی زبان
18	رتبه بندی و نظرات کاربران
20	4 نکته برای بالا بردن شанс ویژه شدن اپ توسط سردبیر ها
21	تبلت ها
22	بازاریابی رایگان
22	1. تسلط بر محتوا
23	2. تسلط بر پلتفرم
25	تبلیغات با اینفلوئنسر ها
26	استفاده از هوش مصنوعی برای انتخاب نام مناسب اپلیکیشن
27	مهم ترین نکات بهینه سازی اپلیکیشن

مقدمه

اگر به فکر طراحی اپلیکیشن هستید یا به تازگی یک اپلیکیشن یا بازی طراحی کرده‌اید و قصد دارید آن را در یک! اپ استور یا مارکت منتشر کنید، تا پایان این مقاله دست نگه دارید

قبل از انتشار اپلیکیشن باید با اصطلاحی به نام ASO یا بهینه سازی اپلیکیشن برای اپ استور آشنا شوید. در این مقاله قصد داریم این اصطلاح را تعریف کرده و ضرورت و اهمیت آن را برایتان شرح دهیم، پس همراه ما باشید تا بازخورد بهتری از ارائه اپلیکیشن خود بگیرید.

تفاوت SEO با ASO

به معنای بهینه سازی سایت برای موتورهای جستجو و ASO به معنای بهینه سازی اپلیکیشن برای اپ استور است. اما تفاوت‌های دیگری هم وجود دارد که در ادامه می‌بینید :

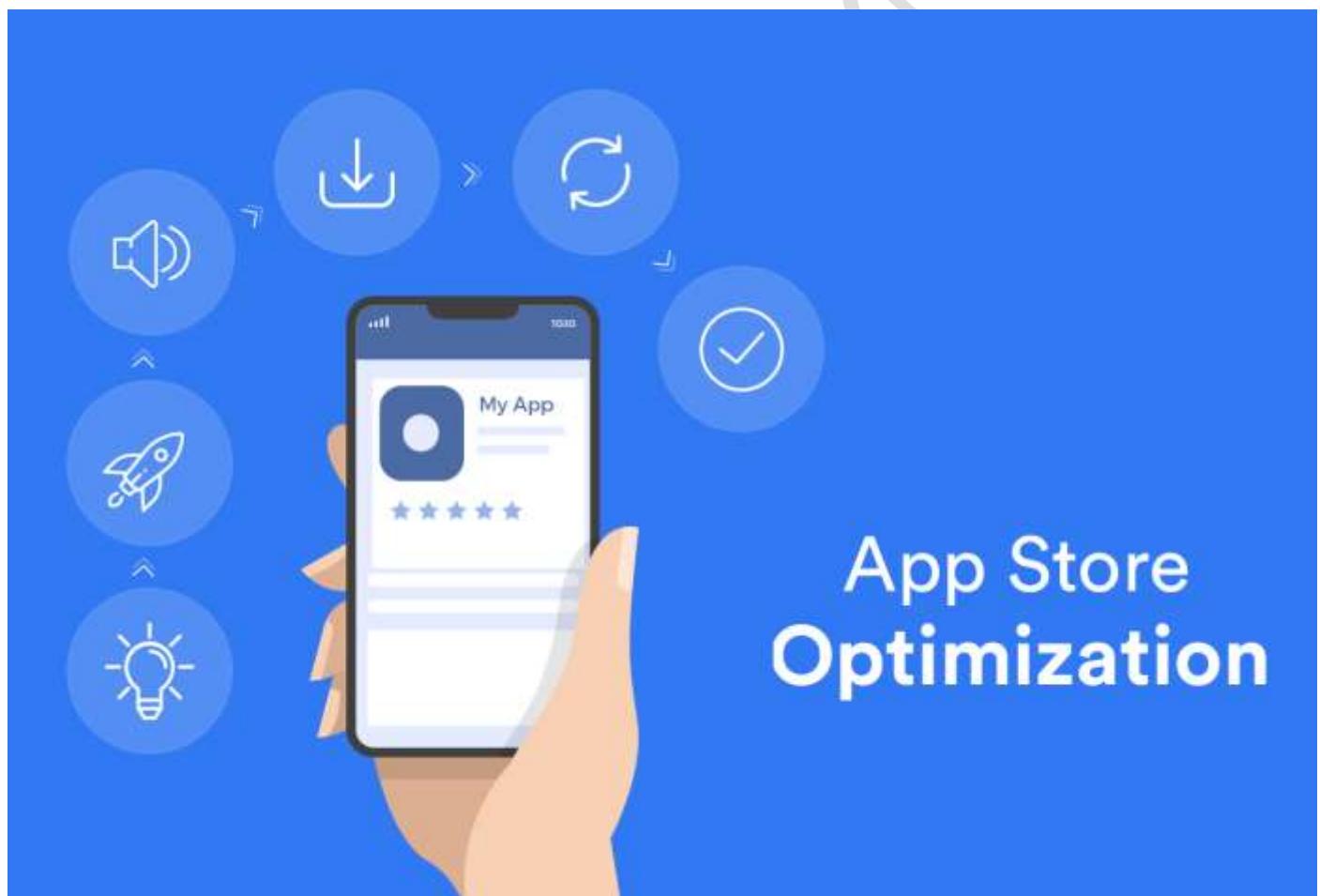
1. SEO برای بهبود عملکرد وبسایت‌ها و ASO برای بهبود عملکرد اپلیکیشن‌های تلفن همراه است.
2. نحوه رتبه‌بندی در میان SEO و ASO متفاوت است.
3. گوگل برای رتبه‌بندی سایت‌ها بیش از ۲۰۰ فاکتور را در نظر می‌گیرد که این فاکتورها، روز به روز در حال گسترش و افزایش است. در حالی‌که فاکتورها در ASO ، خیلی کمتر است.

با وجود مواردی که ذکر شد می‌توان گفت بیشتر افراد از این نکات خبر ندارند و کاربردها و تفاوت‌های میان SEO و ASO را به خوبی درک نکرده‌اند.

چرا بهینه سازی اپلیکیشن برای اپ استورها مهم است؟

اپلیکیشن‌های زیادی که تعداد آن‌ها به بیش از 4 میلیون می‌رسند؛ در اپ استورها قابل جستجو و ارائه هستند. هریک از اپلیکیشن‌ها عملکردها و خصوصیات منحصر به فرد خود را دارند. ممکن است بسیاری از اپلیکیشن‌ها با خدماتی خاص‌تر و با کیفیت‌تر در میان دیگر اپلیکیشن‌ها وجود داشته باشند اما در زمان جستجو در اپ استورها، توسط کاربرها دیده نشوند یا حتی از درصد کلیک کمتری هم بخوردار باشند. در طرف مقابل نیز، ممکن است بسیاری از افراد به دنبال اپلیکیشن مورد نظر خود با رتبه‌بندی خوب و نرخ کلیک بالا باشند؛ اما ابزاری برای معرفی به آن‌ها در اپ استورها وجود نداشته باشد.

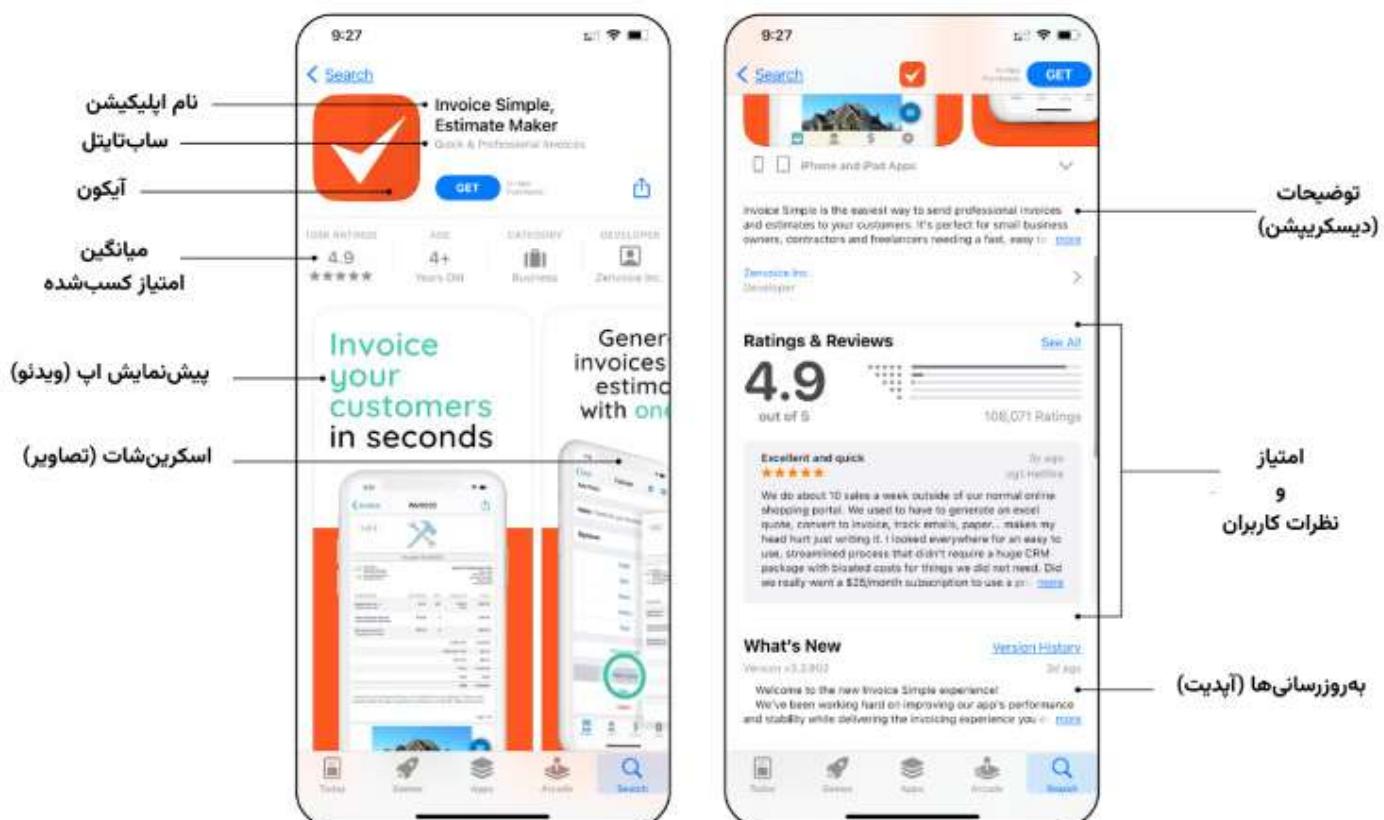
اینجاست که به اهمیت بالای بهینه سازی اپلیکیشن در اپ استورها پی می‌بریم. می‌توان گفت ASO به کمک اپلیکیشن‌ها می‌آید تا در لیست جستجوهای مرتبط در اپ استورها قرار گیرند و مخاطبین بیشتری را با خود همراه کنند.



عناصر اساسی ASO

در ASO عناصر کلیدی بسیار مهمی داریم که برخی از مهمترین عناصر کلیدی در بهینه سازی اپ استور عبارتند از:

- نام اپ
- لوگو اپ : اولین چیزیه که کاربر اغلب مبیند ، و گاهی اوقات تصمیم میگیرن که برنامه را نصب کنند یا نه فقط بر اساس لوگو!
- اسکرین شات ها : فوق العاده مهم هستن ، این بزرگ ترین عنصر بصری در فروشگاه برنامه شما است و احتمالاً بزرگ ترین محرک نرخ تبدیل برای نصب است.
- ویدیو : از دیدگاه روانشناسی ویدیو تاثیر بهترین روی بهینه سازی اپ میگذارد.
- کلمات کلیدی : مهم ترین از دیدگاه الگوریتم اپ استور ها است.



. آیکون اپ

برای آیکون بازی ها دو تا استراتژی وجود دارد :

- بعضی از شرکت ها بخشی از گیم پلی را آیکون در نظر میگیرند
 - بعضی دیگر از چهره شخصیت معروف بازی برای آیکون استفاده میکنند
- توصیه میشود برای انتخاب آیکون از رقبای قوی خود الهام بگیرید.

باید روی یک نسخه راضی نباشد باید دائمًا درحال اجرا و آزمایش باشید ، هی چک کنید ببینید ، اگر برنده دارید مطمئن شوید برنده را به درسی نشان میدهید تا مشترین شما را بشناسند.

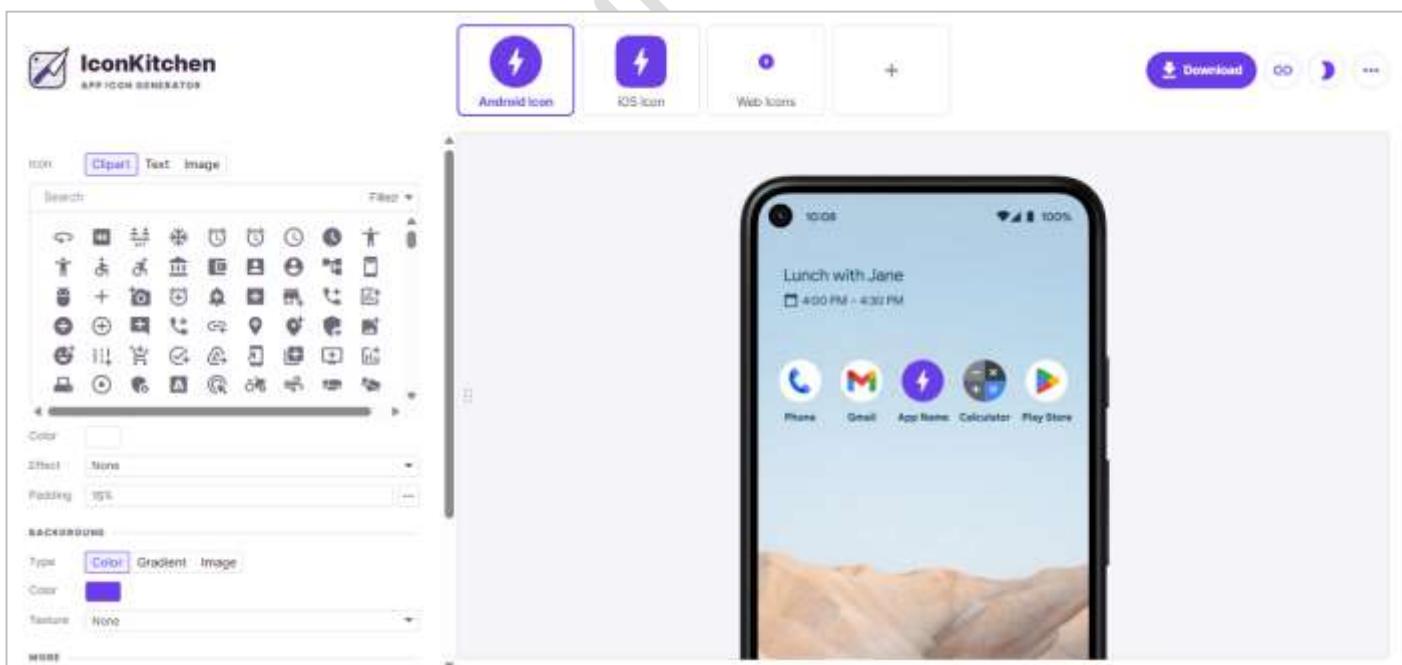
میتوانید رنگ ها را تغییر دهید ، میتوانید حاشیه را تغییر دهید تا به بهترین نتیجه برسید.

رنگ بسیار مهم هست ، بنابراین همیشه در حال تست و آزمایش باشید ، همیشه برای پیشرفت جا هست.

میتوانید برای طراحی آیکون از وبسایت easyappicon.com استفاده کنید.

یکی از بهترین وبسایت ها برای طراحی استاندار آیکون هم برای اندروید و هم برای ISO و وبسایت icon.kitchen هست که میتوانید ازش رایگان استفاده کنید.

پیشنهاد سایت : icon.kitchen



. اسکرین شات ها

افراد فقط 7 ثانیه را در فروشگاه برای برنامه شما صرف میکنند قبل از انکه به برنامه دیگری بروند یا برنامه را نصب کنند، این به این معنی است که شما فقط 7 ثانیه فرصت دارید تا توجه آن ها را جلب کنید.

بیشترین زمان از این 7 ثانیه صرف اسکرین شات ها میشود.

این تنها فرصت ما برای تبدیل بازدید کننده به نصب کننده است.

علاوه بر این ، تنها حدود 9% از مردم در واقع در تمام اسکرین شات ها اسکرول میکنند ، اکثریت قریب به اتفاق فقط به سه اسکرین شات اول نگاه میکنند.

این به این معناست که بیشترین توجه شما باید روی سه اسکرین شات اول در فروشگاه باید باشد.

چه چیزی باعث موفقیت یک اسکرین شات میشود؟ دو نکته

1. اسکرین شات ها باید مزایا محصول شما را به اشتراک بگذارند :

یک جمله بازاریابی بسیار معمولی وجود دارید که میگوید : روی ویژگی ها تمرکز نکنید ، روی مزایا تمرکز کنید.

این یعنی چی ؟ شخص باید تجربه خوبی از اپ داشته باشدی نه آنچه واقعاً اپ انجام میدهد.
برای مثال یک ویژگی بن است که بگوییم شما 5000 دستور غذا دارید که میتوانید بر اساس قیمت و پیچیدگی آن هارا فیلتر کنید.

حال به راه سودمند برای گفتن این موضوع به مشتری و برقراری ارتباط بهتر وجود دارد :
دستور هایی داید که به شما کمک میکند وزن کم کنید و به زمان زیاد نیاز ندارید.
و این راهی است برای انتقال چیزی به عنوان یک مزیت نه به عنوان یک ویژگی.

2. ارتباط با هویت برنده شما :

برخی از اپ های پر زرق و برق دار در جهان وجود دارد که مردم از آن ها استفاده میکنند.
همه این ها به زیبایی طراحی شدن ، بنابراین استاندارد بسیار بالاست.

شما میتوانید یک محصول واقعاً خوب و واقعاً ارزشمند داشته باشید ، اما به خوبی با آن ارتباط برقرار نکنید. برنامه خوب به نظر نمیرسد پس اسکرین شات ها هم خیلی خوب به نظر نمیرسد
نصب های احتمالی را از دست خواهید داد. این یک معامله بزرگ است!

برنامه هایی وجود دارد که واقعاً خوب کار میکنند آنها فوق العاده هستند ، اما برای جلب توجه تلاش میکنند زیرا نمی توانند به درستی ارتباط برقرار کنند.

استاندارد ارتباط بصری بسیار بالا است ، بنابراین باید مطمئن شوید که اسکرین شات های شما کاملاً خیره کننده هستند.

اندازه های اسکرین شات ها باید استاندارد باشد.

هر متنی که روی اسکرین شات ها دارید نباید بیشتر از 20 درصد تصویر واقعی را بگیرد.

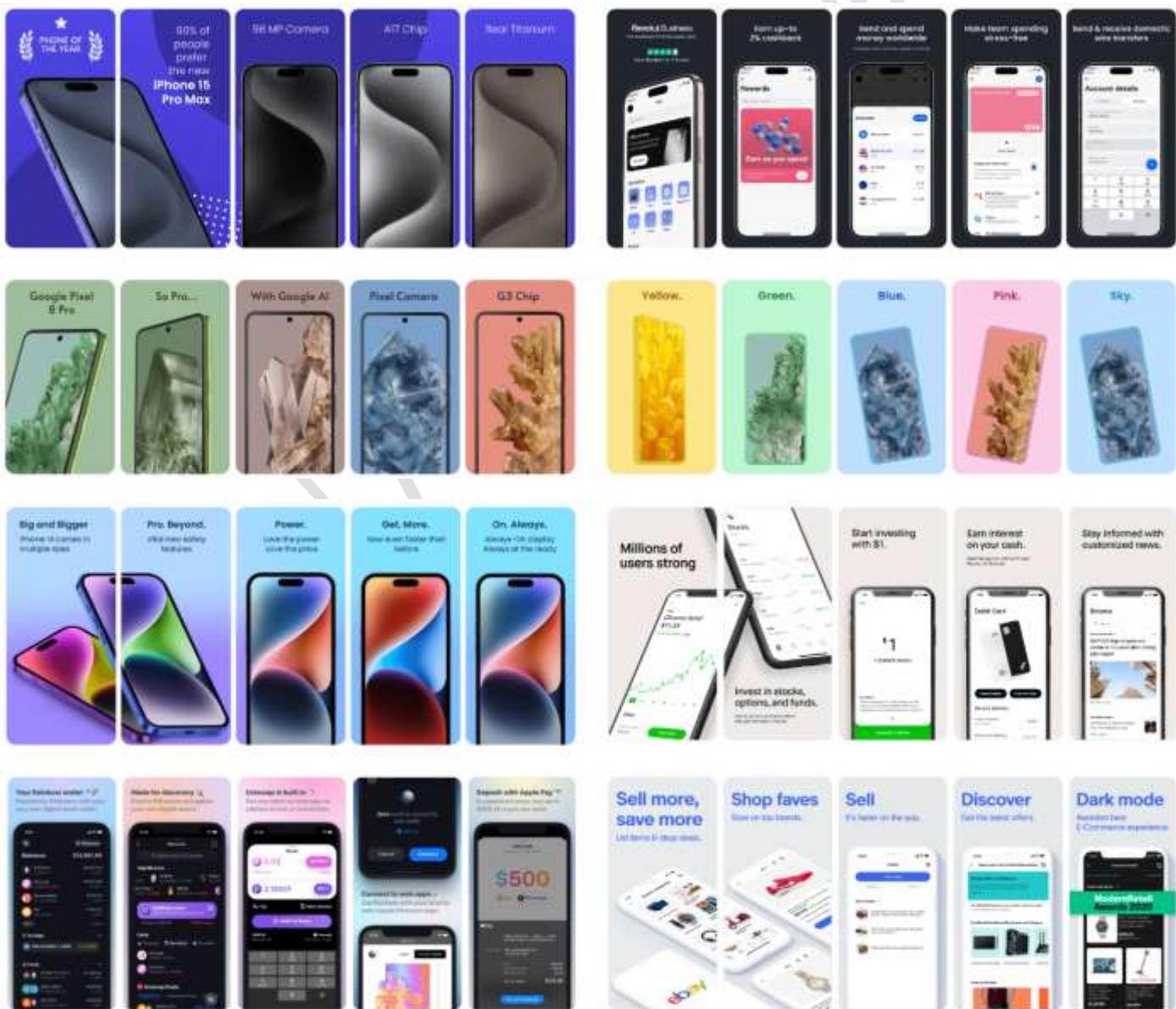
این یک دستورالعمل از طرف گوگل است و شما نباید از کلمات کلیدی مبتنی بر عملکرد در متن واقعی در اسکرین شات استفاده کنید. برای مثال شما نباید از جمله "شماره یک" یا "بهترین اپ" در اسکرین شات ها استفاده کنید.

اسکرین شات ها میتوانند افقی با عمودی باشد.

اسکرین شات های اپ های معروف و رقبای خود را ببیند و الگو برداری کنید.

اگر خودتان طراح هستید میتوانید از فتوشاپ یا فیگما یا هر ابزاری که خودتون راحت هستید استفاده کنید. برای طراحی اسکرین شات ها ولی در غیر این صورت شما میتوانید از وبسایت screenshots.pro استفاده کنید.

نمونه طراحی های سایت : screenshots.pro



. ویدیو

از ویدیو ها بیشتر در بازی ها استفاده میشود زیرا کاربر میخواهد بفهمد چه چیزی قرار است بازی کند.
ویدیو در اپ ها کم تر مورد استفاده قرار میگیرد و گاهی اوقات مانع نصب اپ میشود.

. کلمات کلیدی

کلمات کلیدی مهم ترین عنصر برای رشد اپلیکیشن شما هست. پس لطفاً برای این بخش وقت بیشتری بزارید، هرچقدر که کلمات کلیدی شما بهتر باشد اپ شما در جستجو سرچ ها بالا تر میاید و نصب فوق العاده بالایی خواهید گرفت.

شما باید از بهترین کلمات کلیدی در نام اپ ، توضیحات کوتاه ، توضیحات و اگر استوری که اپ خود را آپلود میکنید فیلد "کلید واژه" را در اختیار شما گذاشت استفاده کنید.

یه نکته مهم : بعضی موارد مخصوص اپ استور های "گوگل پلی" و "اپ استور" هست و ممکن است که استوری که میخواهید اپلیکیشن خود را آپلود کنید آن ویژگی را نداشته باشد. در این صورت اهمیتی ندهید و به بقیه نکات توجه کنید.

کلمه کلید برخلاف نام و توضیحات به کاربر نشان داده نمی شود.

یکی از اشتباهاتی که برنامه نویسان دچار آن می شود این است که کلمات کلیدی را با فاصله (Space) مانند (تناسب اندام سلامتی) قرار میدهند ، اما فیلد کلید واژه برای انسان قابل مشاهده نیست و تاثیری بر الگوریتم حذف فاصله ندارد ، بنابراین وقتی کلمات کلیدی خود را در فیلد کلیدواژه قرار میدهید ، هیچ فاصله ای قرار ندهید و فقط فقط کاما (,) قرار دهید. مثال (تناسب اندام,سلامتی)

کلمات کلیدی مهم را اول و عادی را در آخر فیلد قرار دهید.

توضیحات اپلیکیشن

تنها 5% مردم توضیحات اپ را میخوانند و کسانی که میخوانند فقط ابتدا را میخوانند ، بنابراین میتوانید از این فرصت استفاده کنید تا کلمات بیشاری را به الگوریتم اپ استور ها بدهید.

فیلد توضیحات 4000 کاراکتر قبول میکند بنابراین لازم نیست نگران استفاده همه کاراکتر ها باشید.

همچنین ایده بسیار خوبی است که لیستی از مزایا یا ویژگی ها را قرار دهید.

و در پایان بسیاری از برنامه ها شامل اطلاعات در مورد اشتراک و قمت و آنچه مردم میتوانند در نسخه پریمیوم مخصوصاً پیدا کنند هست.

این یک متن بزرگ است بنابراین میتوانید وقت خود پر کردن آن کنید، کاملاً خوب است.

در متن توضیحات از ایموجی ها استفاده کنید حتماً که جذاب تر شود برا کاربران.

وبسایت asodesk.com میتواند کمک خیلی خوبی برای پیدا کردن کلمه کلیدی مرتبط با اپ شما کند.

نام اپلیکیشن

لازم نیست از اسم واقعی اپ در نام اپ استفاده شود مثلا اگر اپ مدیتیشن دارید لازم نیست نام مدیتیشن را برای اپ انتخاب کنید.

حداکثر 30 کاراکتر برای استفاده در عنوان برنامه خود در اختیار دارید.

این شامل هر فاصله و نویسه ها و نویسه های غیر حرفی است.

ابتدا عنوان وزن بیشتر از الگوریتم نسبت به آخر عنوان دارد بنابراین در صورت امکان مهم ترین کلمات کلیدی را در ابتدای عنوان یا توضیحات باد قرار دهید.

معمول است که نام برنده خود را در اولین کلمه قرار دهید.

همچنین قرار نیست فراخوانی برای اقدام داشته باشید مثلا بگویید "اکنون دانلود کنید".

شما نباید از نام رقبا در هیچ کجای عنوان و توضیحات استفاده کنید ، البته اگر نام رقیب یک کلمه عمومی به عنوان یک کلمه کلیدی عمومی باشد مثلا کلمه مدیتیشن میتوانید از آن استفاده کنید اما قرار نیست از نام های تجاری آن ها استفاده کنید که متعلق به شما نیست.

در توضیحات نیز هیچ کلمه کلیدی مبتنی بر عملکرد استفاده نکنید.



یکی از مثال های خوبی که میتوانید از آن الگو برداری کنید اپلیکیشن "کرفس" هست.

در ابتدای عنوان از عبارت "کرفس" که نام اصلی برنامه هست استفاده کرده است بنابراین کاربر در صورتی که نام کرفس را جستجو کنند در اولین نتیجه این برنامه نشان داده میشود.

در ادامه از عبارت "سلامتی" و یک ویرگول و یا کاما ، " استفاده شده و بعد دو کلمه "رژیم" و "تناسب اندام" الان نه تنها کاربران نام برنامه بلکه از این سه کلمه کلیدی (سلامتی ، رژیم و تناسب اندام) جستجو کنند این برنامه به آنها پیشنهاد خواهد شد و قطعاً تعداد نصب از جستجو را چندین برابر میکند ، زیرا بیشتر کاربر نام "کرفس" را نمیشناسند و فقط میخواهد یک اپ برای سلامتی و تناسب اندامشان پیدا کنند.

در این صورت مطمئناً یکی از این سه کلمه کلیدی را جستجو می کنند.

اگر دو اپ از یک کلمه کلیدی در اولین کلمه کلیدی استفاده کنند کدام رتبه بالاتری کسب میکند؟

این اطلاعات را کسی نمیداند زیرا بسیار محترمانه هستند و اپل و گوگل این را به اشتراک نمیگذارند و دلیل اینکه در این مقاله درباره این موضوع توضیح داده شده زیرا آزمایش های زیادی انجام داده شده ، صد ها صد ها آزمایش برای تعیین تاثیرات بنابراین در اینجا لیستی از شش موردی که ما متوجه شدیم که بیشترین تاثیر را در رتبه بندی یا عدم رتبه بندی برنامه شما آورده شده است.

. سرعت دانلود و تعداد دانلود های امروز

این به این معنی است که امروز چند نصب دارید و به طور کلی تعداد نصب های برنامه شما نشان میدهد و بسیار پویا است.

بنابراین اگر دیروز نصب های زیادی داشتید در رتبه بالاتری قرار میگیرید اما اگر امروز آن نصب ها را دریافت نکنید رتبه شما بلافضله کاهش میابد بنابراین رتبه بندی بسیار بسیار پویا است و دوباره در روز تغییر میکند.

سرعت دانلود روزانه نصب اولین دلیل است که باعث میشود کسی در یک کلمه کلیدی رتبه بندی شود.
در این معیار شما میتوانید یا تبلیغات خارج از استور آن را بهبود ببخشید.

. نرخ تبدیل حاصل کلمه کلیدی

اگر کاربران به کلمه کلیدی مثل "آرامش" را جستجو کند و یک برنامه خاص را بارها و بارها دانلود کنند ، مقدار زیادی از این افراد که در یک کلمه کلیدی بسیار تبدیل می شوند آن برنامه شروع به رتبه بندی بالاتر و بالاتری خواهد کرد و نرخ تبدیل خاص کلمه کلیدی آنقدر متغیر مهم است که برخی از برنامه ها در واقع رتبه اول را برای کلمات کلیدی که اصلا در کلمات کلیدی خود ندارند قرار میگیرند.

اما تا زمانی که مردم پس از جستجو این کلمه کلیدی آن برنامه را دانلود کنند ، برنامه در رتبه بالاتر قرار میگیرد
اغلب این معیار در برندهای بزرگ اتفاق میافتد.

مثلا گوگل یا سامسونگ واقعا مارک های بزرگی هستند و برخی از این شرکت های بزرگ برای کلمات کلیدی که در نام و توضیحاتشان وجود ندارد رتبه بندی میشود ، این به این دلیل است که آنها آنقدر محبوب هستند که گاهی اوقات افراد به دنبال کلمه کلیدی میگردند با اینکه آن برنامه ها آن کلمه کلیدی را در خود ندارد ، اما برنامه همچنان نشان داده میشود و فقط به دلیل انکه بند بسیار بزرگی است و مردم آن برنامه خاص را نصب میکنند و آن برنامه رتبه بالاتری کسب میکند.

بنابراین لازم نیست یک کلمه کلیدی را در نام یا توضیحات اپ بگنجانید تا رتبه آن را کسب کند اما باید نرخ تبدیل بسیار بالایی در آن کلمه کلید داشته باشد.

. رتبه بندی و نظرات

رتبه بندی و نظرات برای کمک به شما در رتبه بندی کلمات کلیدی بسیار مهم هستند.

خیلی ساده هست ، اگر برنامه بدی دارید ، تجربه بدی که مردم آن را دوست ندارند ، بازدید شما کم خواهد بود و نصب زیادی نخواهید گرفت و قرار نیست رتبه بالایی کسب کنید

در ادامه مقاله درباره "رتبه بندی و نظرات کاربران" بیشتر توضیح خواهیم داد.

. چرخه به روزرسانی

این برای بسیاری از مردم تعجب آور است بسیاری از توسعه دهندگان این را نمی دانند اما فقط به روزرسانی برنامه خود به تنها یعنی چیزی را بهبود نمی بخشد بلکه فقط این واقعیت که شما یک به روز رسانی ارسال میکنید در واقع یک سیگنال مثبت برای رتبه بندی ASO میفرستید و اگر به این فکر کنید که خودتان را به جای اپل و گوگل بگذارید منطقی است که انها میخواهند برنامه ها و شرکت هایی را که فعالانه روی آنها کار می شود و فعالانه به روزرسانی می شوند و جدید ترین و بهترین ویژگی ها را دارند را تبلیغ کنند و بنابراین فقط با به روزرسانی برنامه سیگنال مثبتی خواهید فرستاد.

حداقل یک بار در ماه این به روزرسانی هارا انجام دهید و به استور ها بفرستید.

. حفظ در محصول

به این معنی که از همه افرادی که برنامه شما را نصب میکنند ، چند نفر هنوز از برنامه شما استفاده میکنند؟
یک روز بعد؟ سه روز بعد؟ هفت روز بعد؟

این یک معیار بسیار بزرگ است!

گوگل و اپل داده های برنامه شما را دارند ، میتوانند ببینند چه کاربرانی از برنامه شما استفاده میکند ، آنها میخواهند برنامه هایی را تبلیغ کنند که واقعا خوب کار میکنند.

علاقه کاربران به حفظ یکی از مهم ترین معیار هایی است که پلتفرم ها هنگام تصمیم گیری در مورد اینکه کدام برنامه ها واقعا مورد علاقه مردم هستند به آن توجه میکنند.

بنابراین اگر بتوانید نشان دهید که مردم بار ها و بار ها به برنامه شما می آیند و از آن استفاده میکند ، این نشانه خوبی است و رتبه شما را در هر کلمه کلیدی خاص بهبود میبخشد.

. متغیر نهایی درآمد شما

در آخر اپل و گوگل کسب و کاری دارند و اگر شما پول در بیاورید آنها پول میگیرند ، بنابراین آنها برنامه هایی را که درآمدزایی میکنند را تبلیغ میکنند و این یک الزام 100% نیست آنها برنامه هایی را تبلیغ میکنند که گاهی اوقات از آنها درآمد زیادی کسب نمیکنند ، اما اکثر برنامه هایی که ارتقا پیدا میکنند توسط سردبیر ها برنامه هایی با رتبه بالاتری دارند و یا برنامه های که درآمدزایی میکنند ، زیرا در این صورت استور ها پول در می آورد به نوعی منطقی است این فقط اصول کسب و کار است.

یک برنامه فوق العاده بسازید که مردم آن را دوست دارند

این یک توصیه نیست اما مهم ترین دلیل است که چرا برنامه ها در یک کلمه کلیدی خاص رتبه اول را کسب میکنند ، آنها یک برنامه فوق العاده دارند که مردم آن را دوست دارند.

اکثر توسعه دهندها نمیخواهند این را بشنوند و بسیاری از توسعه دهندها در جایی گیر می کنند که برنامه ای را میسازند که خیلی خوب نیست بعد فکر میکنند که تنها چیزی که نیاز دارند بهبود رتبه و نصب بیشتر و کسب درآمد بیشتر است ، اما حقیقت این است که شما باید کار سخت و دشوار ساخت اپلیکیشن را که مردم دوست دارند را انجام دهید و این واقعا سخت است ، این سخت ترین قسمت است ، ساختن چیزی که مردم آن را دوست دارند.

اما نیازی نیست که محصولی خیلی خوب را در اولین نسخه انتشار دهید شما در اول راه نیاز به یک محصول اولیه دارید ، شما باید از کم شروع کنیم و به طور مداوم پیشرفتی تر کنید اپ را.

. بومی سازی قیمت گذاری

این یک جنبه بسیار مهم هست ، این ها استراتژی های پیشرفته تری هستند بنابراین اگر تازه شروع کرده اید نگران این موضوع نباشید. پس اگر نصب های زیادی ندارید ندارید و تازه در ابتدای کار هستید لازم نیست نگران بومی سازی بیش از حد باشید این بیشتر برای برنامه های کمی پیشرفته تر است.

بومی سازی قیمت فرایند تغییر اشتراک شما در کشور های مختلف است.

بنابراین اگر تعداد زیادی نصب از سراسر جهان داشته باشید ، مثلا اگر فرض کنیم که 95 درصد از نصب های شما از ایالات متحده است و شما یک قیمت تعیین شده در ایالات متحده دارید برای مثال اشتراک 60 دلاری این کاملا منطقی و مناسب است.

اما یک اشتراک 60 دلاری در کشور هند زیاد باشد ، شاید شما نصب ها را از دست دهید.

بنابراین باید کلی تست انجام دهید و حداکثر درآمد را در هر کشور بتوانید بدست آورید.

برخی از شرکت ها با کم تر کردن هزینه ها در بعضی از کشور ها توانسته اند که درآمد بیشتری نسبت به بقیه کشور ها بدست آورند، زیرا حجم نصب های بیشتری را با آن قیمت خاص دریافت میکنند.

. بومی سازی زبان

بومی سازی زبان فرایند تغییر نام برنامه و توضیحات در گوگل پلی و اپ استور به زبان محلی است.

اگر تمرکز اصلی شما برای مثال آلمان باشد اجرای یک برنامه آلمانی کاملاً منطقی است اما اگر تمرکز اصلی شما در ایالات متحده باشد و فقط میخواهید نصب های بیشتری از ایالات متحده بگیرید نام و همه چیز را در استورها را به همان زبان کشور هدف تغییر بدھید.

اما این کار آنچنان تفاوتی ایجاد نمیکند.

یکی از مشکلات این است که اگر نام برنامه و توضیحات و اسکرین شات های شما به زبان خاصی باشد ، کاربران انتظار دارند آن برنامه را دانلود کنند و آن را با همان زبان خاص داشته باشند.

به این معنی است که شما باید کل برنامه خود را ترجمه کنید که در پروژه های بزرگ ممکن است سخت باشد ، بسیاری از مردم نمیخواهند این کار را انجام دهند و صادقانه بگوییم واقعاً ارزش سرمایه گذاری را ندارد.

فقط چند مورد خاص وجود دارد که انجام این کار از نظر مالی واقعاً منطقی است.

بنابراین نمیخواهید با نشان دادن چیزی مثل اسپانیایی کاربران را ناراحت کنید.

همچنین به طور کلی من توصیه میکنم برای یک برنامه انگلیسی زبان روز بازار ایالات متحده تمرکز کنند که واقعاً منطقی است و سپس همه کشور های انگلیسی زبان دیگر از جمله کانادا ، استرالیا ، نیوزیلند ، اسکاتلند و بسیاری از کشورها را دارید.

و این یک بازار واقعاً واقعاً بزرگ است حتی با داشتن یک اپلیکیشن خاص ، باید بتوانید درآمد قابل توجهی از این بازارهای انگلیسی زبان ایجاد کنید.

البته اگر یک اپلیکیشن خاص برای مخاطبان ژاپنی دارید البته که آن را باید به زبان ژاپنی انجام بدید.

زیاد مهم نیست اول کار روی بهبود های دیگر ASO وقت بزارید.

البته شما نمیتوانید دقیقاً همان کلمات کلیدی را تجمیع کنید و سپس کپی پیس است کنید و دقیقاً همان نتایج را انتظار داشته باشید.

من فقط به بازار اصلی پایبند می‌مانم و آن را ساده نگه میدارم و بر ساخت محصول بهتر تمرکز میکنم و قبل از تمرکز بر بوری بومی سازی روی رشد تمرکز میکنم.

رتبه بندی و نظرات کاربران

یک موضوع بسیار مهم در رتبه بندی است با این حال نمیتوانیم مستقیماً روی آن تاثیر بگذاریم، به این معنی که نمیتوانید به هک انجام دهید و فقط رتبه بندی و نظرات خود را بهبود ببخشید.

به طور کلی شما میتوانید برخی از تاکتیک های بازار یابی را برای بهبود یک محصول اعمال کنید.

شما باید با یک محصول اساساً خوب شروع کنید و سپس میتوانید مطمئن شوید که بهترین قسمت ها را برجسته کرده اید و میتوانید تعداد رتبه بندی ها و نظرات را افزایش دهید این چیزی است که میتوانید فعالانه روی آن کار کنید، اما اگر اپ بد باشد نمیتوانید نظرات را بهبود ببخشید.

این احتمالاً یکی از مهم ترین نکات در کل این مقاله باشد که تنها باید یک محصول اساساً خوب داشته باشید، هیچ راه دیگر کار نمیکند.

من نمیخواهم که شما ناممی‌شوید و ایما خود را به خودتان شرکتتان از دست دهید ، اگر چند بررسی بد دریافت کردید ، اشکالی ندارد مهم نیست محصول شما چقدر باور نکردنی است عده ای خواهند بود که باز هم راضی نخواهند شد ، باز هم اکثریت قریب به اتفاق باید خوشحال باشند.

قیمت هم همین طور ، مهم نیست که محصول شما چقدر ارزان است ، برخی از مردم همچنان میگویند که این بسیار گران است، بسیاری از مردم معتقدند که برنامه ها باید رایگان باشد و تنها کاری که انجام میدهند این است که در مورد گرانی برخی از برنامه ها اظهار نظر کنند.

من فکر میکنم گاهی اوقات مردم فراموش میکنند که پشت این برنامه ها و محصولات ساده تیم های بزرگی از مردم هستند که باید حقوق آنها نیز پرداخته شود.

احتمالاً بهترین معیار صادقانه رقبای شماست پس همین حالا گوش خود را بردارید و به اپ استور یا گوگل پلی بروید و نام رقبای خود را جستجو کنید و متوجه شوید که رتبه آنها چقدر است ، هرچه که باشد نیاز شما بالاتر است و نظرات رقبای خود را بخوانید و ذهن خود به آنها پاسخ دهید. نظرات را بخوانید و نقطه ضعف های رقیب خود را بخوانید و ببینید کاربران چه انتظاری از اپ دارند و نتیجه را در کاغذی یادداشت کنید و سپس تمام موارد را در اپ خود اضافه و اصلاح کنید.

این تمرین بسیار خوبی است زیرا میتوانید متوجه شوید که مردم چه چیز هایی را دوست دارند.

این کار را برای پنج رقیب اصلی خواهید.

به طور کلی مردم وقتی چیزی را دوست دارند تمایلی ندارند که به شما بگویند ، آنها یک برنامه را دوست دارند از آن بسیار استفاده میکنند ولی آنها این واقعیتی را که اپ را دوست دارند را به زبان نمی آورند.

آنها معمولاً خوب بودن محصول کلی صحبت میکنند اما بازخورد مستقیمی برای ویژگی های موجود در نظرات خود دریافت نخواهید کرد در عوض مردم قطعاً شکایت خواهند کرد اگر چیزی کار نمی کند.

مردم به تنها بین نظرات بدی را به جا میگذارند ، لازم نیست از آنها نظر بخواهید یا از آنها درخواست کنید ، کاری که باید انجام دهید این است که شما باید مردم را تشویق کنید ، مردم شاد!

مشتریان خوشحال خود را ترغیب کنید که به اپ شما نظر بدهند.

اکثر برنامه ها ها این اشتباه را مرتکب میشوند که خیلی زود برای دانلود یک برنامه درخواست نظر میکنند و این به ویژه در مورد توسعه دهندهان مستقل و پروژه های کوچک اتفاق می افتد.

زمانی که کاربر اپ را باز میکند و شما بلاfaciale از او درخواست میکنید نظر بدهد مثل اینکه به کاربر سیلی زدید ، کاربر اپ شما را فقط باز کرده و هیچ چگونه نیازی از کاربر رفع نشده پس چطور انتظار دارید کاربر نظر مثبتی بدهد و آن را به بقیه پیشنهاد کند.

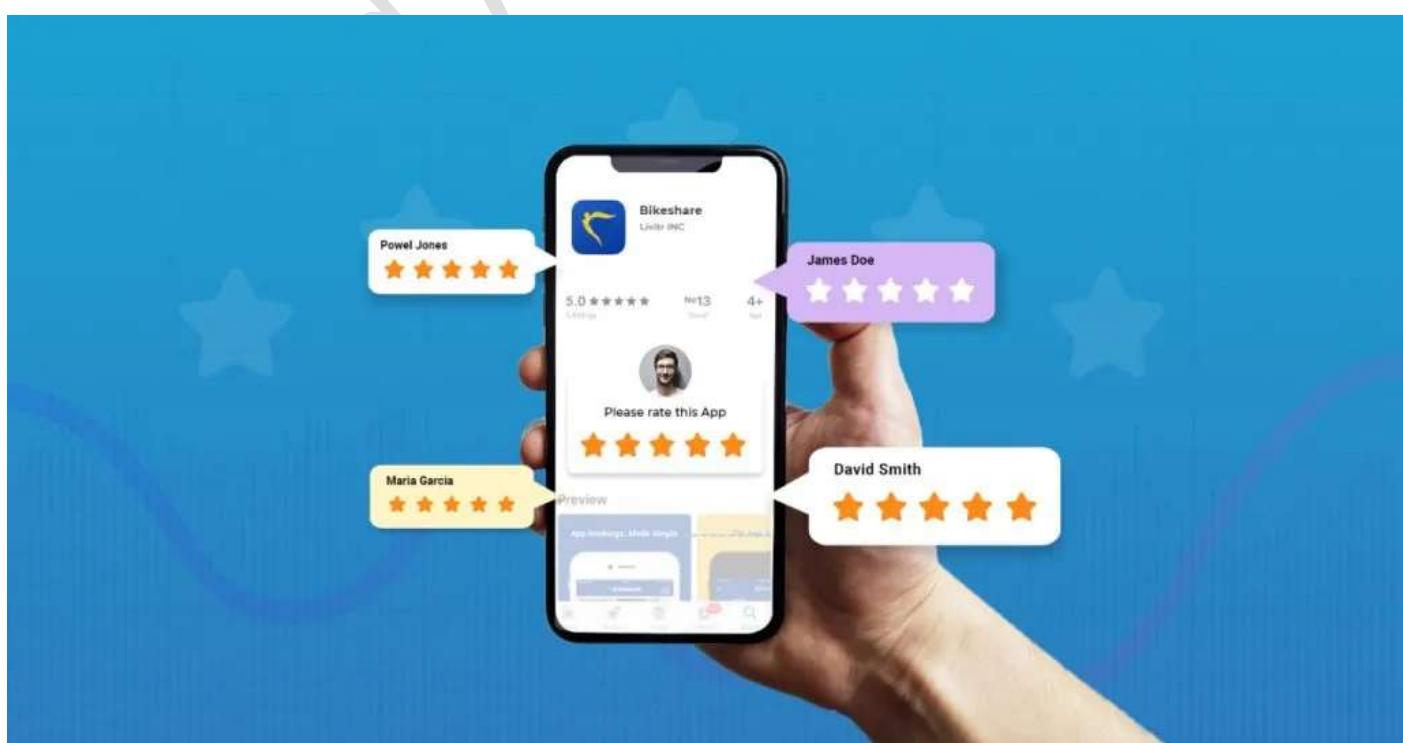
بهترین راه یا بهترین زمان برای درخواست بازبینی زمانی است که شخص رزش واقعی محصول را دریافت کرده و از محصول لذت برده در این صورت میتوانید مطمئن باشید که مردم نظر مثبتی از خود به جا خواهند گذاشت.

بگذارید یک مثالی بزنم.

فرض کنید برنامه ای دارید که با مشاهده عکس های تکراری و حذف موارد تکراری ، فضای ذخیره شاری را پاک میکند ، بهترین زمان باری گذاشتن نظر پس از اولین باری است که شخص تجربه کرده و با موفقیت عکس ها را حذف میکند زمانی که ارزشی از این برنامه دریافت کرده است.

این بهترین راه برای انجام آن است ، گاهی اوقات در 5 دقیقه اول است گاهی اوقات در هفته اول هر زمانی حس کردید این ارزش اصلی برنامه شماست بلاfaciale پس از آن از مردم بخواهد که نظر بدهند.

و اگر این کار را نکردند اشکالی ندارد ، میخواهید کمی به آنها زمان بدهید ، آنها را اسپم نکنید ، به آنها زمان بدهید و دوباره از آنها درخواست کنید.



4 نکته برای بالا بردن شانس ویژه شدن اپ توسط سردبیر ها

این چهار مورد واقعاً یک هک رشد یا یک تاکتیک بازاریابی نیست اگر به اندازه کافی خوش شانس باشید ممکن است منتخب شوید.

1. برنامه و بازی تا حد امکان باید بسیار بسیار خوب کار کنند :
به این معنی که هیچ خرابی تا حد ممکن نداشته باشد ، شما باید یک محصول واقعاً واقعاً خوب و پایدار داشته باشید.
2. برنامه شما باید فعال و بروز باشد :
آنها برنامه ای را ارائه نمیکنند که شش ماه است لمس نشده باشد ، منطقی است آنها میخواهند مطمئن شوید که محتوا بروز است.
3. شما باید امتیازات و نظرات واقعاً بالایی داشته باشید
4. همه جا باید زیبا باشد :
اگر منتخب شوید ، به این معنی است که ده ها هزار نفر این برنامه را نصب میکنند ، افراد زیارت آن را امتحان خواهند کرد بنابراین فقط باید یک تجربه واقعاً خوب باشد.
هرچه طراحی بهتری داشته باشید شانس بیشتری خواهد داشت.

تبلت ها

تبلت ها از همان فروشگاه اپلیکیشن یا پلی استور های گوشی ها استفاده میکنند.

این فروشگاه اصلی برنامه است.

اساسا تنها تفاوت آشکار این است که صفحه نمایش نسبت به صفحه نمایش گوشی بسیار بزرگ تر است.

بنابراین بسیاری از برنامه ها در تبلت ها قابل مشاهده هستند.

اگر برنامه ای دارید مطمئن شوید که آن را برای صفحه بزرگ تبلت ها بهینه کرده اید.

مهم ترین کاری که باید انجام دهید این است که اسکرین شات ها را نیز بهینه کنید.

اسکرین شات ها بسیار مهم هستند.

بازاریابی رایگان

مهم ترین کاری که شما باید انجام بدهید این است که بعد از انتشار اپ در استور دلخواه ، یک کanal در شبکه های اجتماعی به اسم خود اپ ایجاد کنید.

برای مثال یک اپ مدیتیشن را در نظر بگیرید شما میتوانید در کanal این اپ در شبکه های اجتماعی پست هایی را منتشر کنید برای مثال از فایده های مدیتیشن از موزیک های محبوب و در آخر یه کابر بیشنهادی بدھید که اپ را نصب کند ، برای مثال شما چند نکنه مهم برای بهتر خوابیدن را در پست یا ویدیو کوتاه(پشنھادی) به کاربران میگویید و از کاربر میخواهید برای نکات بیشتر اپ را دانلود نماید.

استفاده از ویدیو های کوتاه تیک تاک ، یوتیوب ، و ریلز های اینستاگرام برای بازار یابی اپ یک روز فوق العاده موثر و خفن هست.

یکی از دلایلی که این سه پلتفرم رو پیشنهاد دادیم این است که شما میتوانید یک ویدیو عمودی را در هر سه این پلتفرم ها انتشار دهید.

1. شما باید بر محتوا مسلط باشید
2. شما باید بر پلتفرم مسلط باشید

1. تسلط بر محتوا

دلیل اینکه بسیاری عاشق این فرمت ویدیو هستند در ویدیو کوتاه تیک تاک ، یوتیوب و اینستاگرام این است که مجبور نیستند چهره خود را نشان دهند.

هزاران روش مختلف برای فیلمبرداری از این نوع محتوا موجود دار و اصلا مجبور نیستید چهره خود را نشان دهید.

نیازی نیست زیاد وقت بگذرانید سعی کنید ساده و جذاب باشد ولی باید محتوا با کیفیت باشد.

رغابت بسیار بالاست بنابراین وقتی درحال آماده شدن برای ایجاد محتوا خود هستید به این فکر کنید که چه نوع محتوایی میخواهید بسازید ، به این فکر کنید که آیا این محتوا سرگرم کننده خواهد بود یا آموزشی؟ بهترین توصیه من این است که موسیقی پرطرفدار را پیدا کنید از آن در ویدیو خود استفاده کنید. از نظر الگوریم های این سه پلتفرم واقعاً موسیقی ترند مهم است.

اگر در ابتداء مطمئن نیستید که چه نوع محتوایی ایجاد کنید ، خودتان را به جای کسی بگذارید که میخواهد از محتوا شما استفاده کند.

سعی کنید فعالیت مستمر داشته باشید توصیه میکنم هر روز ویدیو بگذارید ، لازم نیست اما هر چه تعداد تفعات بیشتری پست کنید نتایج بیشتری خواهید دید.

زمان ویدیو کم باشد برای مثال 15 ثانیه و یا 30 ثانیه عالی است ، ویدیو عمودی باشد.

میتوانید از هوش مصنوعی برای تولید محتوا استفاده کنید.

دو نکته خیلی مهم!

- از کاور های جذاب استفاده کنید

میتوانید در ویدیو از کاربران سوالی بپرسید و با یه متن هیجان انگیز برای مثال:

3. راز برای بهتر خوابیدن؟

3. تا از بهترین آهنگ های مدیتنیشن

و از تصاویر های جذاب استفاده کنید که به متن ربط داشته باشد.

- انتخاب بهترین هشتک ها

hashtagmark.com هشتک ها بسیار مهم هستند میتوانید برای انتخاب بهترین هشتک ها از سایت

2. تسلط بر پلتفرم

اندازه ابعاد ویدیو ها باید بسته به پلتفرم ها تغییر کنید و نرمال باشد.

روشی که مردم این نوع محتوا ها را کشف میکنند در واقع از طریق هشتگ ها نیست آنها در نوار جستجو جستجو نمیکنند.

بنابراین لازم نیست واقعا هیچ دنبال کننده ای داشته باشد و میتوانید یک ویدیو ارسال کنید و میلیون ها بازدید داشته باشد ، حالا این چطور ممکن است؟

به این دلیل است که وقتی ویدویی را دی یکی از این پلتفرم ها پست میکنید ، به بخش کوچک از چند کاربر که در مخاطبان شما نیستند و نه دنبال کنندگان شما نشان داده میشود و اگر این بخش از کاربران اکنون با محتوا درگیر شوند ، پلتفرم آن را به دایره بزرگ تری از افاد نشاد میدهد.

فرض کنید در ابتدا به ده نفر نشان داده میشود ، اگر تعامل داشته باشند ، به 50 نفر نشان داده میشود ، اگر تعامل داشته باشند به 100 نفر نشان میدهد و سپس 200 و 300 و 500 و 1000 و ...

بنابراین راهی که میتوانید تعامل و بازدید را به دست آورید ، از طریق ایجاد محتوا است و مردم به اطراف به اطراف میشنینند و تماشا میکنند ، دوباره تماشا میکنند و به اشتراک میگذارند ، الگوریتم به این ترتیب کار میکند.

موسیقی یک عنصر بسیار مهم برای هر سه پلتفرم است ، اگر نمیدانید چه چیزی ترند است ، موسیقی پرطرفدار را پیدا کنید.

هر چه زود تر شروع کنید بهتر است اگر از همین الان شروع نکنید ، یک سال بعد ، آرزو میکنید که کاش امروز شروع کرده باشد.

در واقع بسیار عالی است که قبل از تهیه محصول شروع کنید ، شروع به ارسال پست کنید ، شروع به ایجاد تعامل بین مخاطبان کنید ، درحال حاضر میتوانید هنگام ساخت محصول خود بازخورد دریافت کنید ، میتوانید آن را با مردم به اشتراک بگذارید میتوانید آن ها را هیجان زده کنید و وقتی محصول را تمام کردید ، میتوانید راه اندازی و از قبل مخاطبانی دارید ، پس همین الان شروع کن ، زیاد بهش فکر نکنید فقط شروع به ارسال کنید.

برای مخاطب ویدیو بسازی نه برای خودتان !

یعنی فقط یه ایده ای برای ویدوی دارید ، فکر میکنید که ازش خوشنون او مده و آن را میسازید و منتشر میکنید ولی در نهایت هیچ بازدید دریافت نمیکنه.

میتوانید از پلتفرم های دیگر مانند(تلگرام ، ردیت ، توییتر ، فیسبوک ، لینکدین و...)

تبلیغات با اینفلوئنسر ها

گوش کنید تمام این مقاله تماما در مورد محتواي شما است
داشتن محتواي درجه يك برای تبلیغات پولی بسیار بسیار مهم است.

تبلیغات با اینفلوئنسر ها :

- هزینه کم تر
- محتوا دست خودتونه
- بعضی مواقع کار نمیکنه
- اینفلوئنسر ها بهتر از تولید تبلیغات کار میکند.
- در مقیاس کوچک تر درصد نصب بیشتری ارائه میکنه پس لازم نیست اینفلوئنسر های معروف و گرونوی را پیدا کنید.
- میتوانید با تبلیغات با اینفلوئنسر ها کanal اپ هم بالا ببرید و اونجا کابران را ترغیب کنید که اپ را نصب کنند.
- برای کشور های هدف تبلیغاتی با زبان همون کشور و با اینفلوئنسر همون کشور بسازید.
- اگر مخاطب هاتون جوان هستن از اینفلوئنسر های جوان کمک بگیرید زیرا مردم واقعا احساس میکنند که آن به نظر کسی شبیه من است و آن این اپ را دوست دارد پس منم میتوانم به اون اعتماد کنم و آن را نصب کنم.

سه اصل مهم در تبلیغات :

- کanal مناسب را انتخاب کنید
- مخاطبان مناسب را پیدا کنید
- خلاقیت های مناسب را داشته باشید

استفاده از هوش مصنوعی برای انتخاب نام مناسب اپلیکیشن

شسیشش

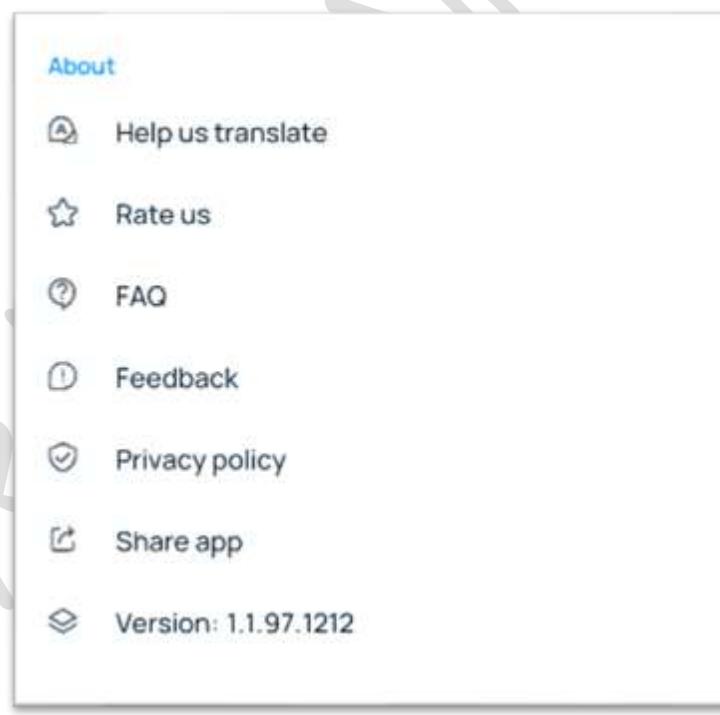
Seyyed Amir Nima Ghaebi

مهم ترین نکات بهینه سازی اپلیکیشن

تا الان ما بیشتر مباحثی که مربوط به بهینه سازی اپلیکیشن میشد رو توضیح دادیم و من به شما تبریک میگویم که تا اینجا کنار ما بودید و به بهینه سازی برنامه هاتون توجه میکنید.

در ادامه ما لیستی از مهم ترین نکات بهینه سازی اپلیکیشن را برای شما توضیح دادیم و به جردت میتوانم بگویم که کل چیزی که تا اینجا یاد گرفتید یک طرف نکات زیر هم یک طرف ، این نکات خیلی مهم هستند و به شما توصیه میکنم ساده از آن ها نگذرید.

- اگه بخواهیم صادقانه بگم ، من به عنوان یک کاربر واقعا نمیخواهم دستور العمل های نحوه استفاده از برنامه را بخوانم ، درست است ، برنامه باید به اندازه کافی ساده باشد که کاربر جایی که میخواهد برود و نیاز خود را رفع کند.
- گزینه "دادن نظر" و یا "دادن ستاره" را هر جایی از اپ نذارید. یکی از جا های مناسب برای این گزینه در منو اپ و یا تنظیمات است.



- از یه سطح قیمت گذاری استفاده کنید برای مثال : ماهانه ، سالانه و مادام العمر.
- بسیاری از افراد نسخه مادام العمر را نمیخرند یعنی نمیتوانند بخزنند بنابراین قیمت این اشتراک را طوری در نظر بگیرید که در افراد تمایل ایجاد کند که اشتراک سالانه را در نظر بگیرند. زیرا اگر با اشتراک مادام العمر مقایسه کنند ، در واقع معامله خوبی به نظر میرسد.

- اگر رغبای زیادی دارید قیمت اشتراک را زیاد بالا در نظر نگیرید.
- نام های اشتراک را بسته به نوع محصولی که ارائه میدهید تغییر دهید.
برای مثال اگر محصولی دیجیتالی را در تعداد های بسیار بالا در اختیار کاربر قرار میدهید برای مثال فونت های مختلف میتوانید از اشتراک (مبتدی - پیشرفته - حرفه ای) استفاده کنید و یا اگر محصولی برای تیم ها و شرکت ها ارائه میدید از اشتراک (انفرادی - تیم - سازمانی یا تیم پلاس) میتوانید از رنگ ها نیز برای اشتراک گذاری استفاده کنی برای مثال (پک نقره ای - پک طلایی - پک الماس)
مثال :

Individual
For individuals looking to harness power of Lottie and Motion.

\$19.99
Per user / month, Billed annually.

Get Individual Plan

Features you'll love

- Unlimited file uploads
- Unlimited projects
- Optimize Lottie file size
- Lottie hosting & CDN
- oEmbed animations
- Lottie Editor & Creator
- Export to multiple file formats
- 300,000+ premium Lottie library
- Premium features across After Effects, Figma, Canva & more

Team
Empowering teams to create and collaborate on animations.

\$24.99
Per user / month, Billed annually.

Get Team Plan

Everything in Individual, plus

- Invite team members
- Unlimited team files
- Comments & sharing
- Track file version history
- Host AEP & Figma source files
- Brand color palette
- User roles & permissions
- Unified admin & billing
- Access team library from Figma & Canva

Enterprise
Secure, extensive controls for company-wide design evolution.

\$49.99
Per user / month, Billed annually.

Contact Sales

Everything in Team, plus

- Unlimited viewer licenses
- Access logs
- SAML/SSO
- Dedicated account manager
- Analytics dashboard
- Dedicated support channel
- Training & onboarding

- برخی از از قابلیت های ویژه اپ فقل هستن تا وقتی که کاربر اشتراک ویژه را دریافت کند ولی ای کار کاملاً اشتباه است.
- چون کاربر نمیدونه این قابلیت دقیقاً چیه و اگر اشتراک ویژه را خریداری کنه واقعاً قراره چه چیزی دریافت کند . بهتر است به کاربر نشان دهید که چه چیزی قرار است دریافت کند یا زیر اشتراک ها بنویسید به مثال بالا دقت کنید نکته A که از سایت lottiefiles.com بارتون آوردیم او مده و زیر هر اشتراک چیزی که قرار است کاربران دریافت کند را لیست کرده و به رنگ بندی اشتراک ها هم توجه کنید اشتراک انفرادی و سازمانی دو رنگ و اشتراک تیم با رنگ اصلی سایت lottiefiles.com یکسان است.
- باید به صورت پیش فرض اشتراک دومی انتخاب شده باشد. و این اشتراک باید تخفیف خورده باشد.

- حتماً لازم نیست اشتراک شما سه طرح باشد گاهی اوقات محصول شما میتواند فقط یک اشتراک پریمیوم داشته باشد.
- اشتراک ها میتوانند همه یک زمان باشند یا میتواند 1 ماهه 3 ماهه 6 ماهه و 1 ساله باشند.

- در صورتی که بخواهید همه اشتراک ها را یک زمان در نظر بگیرید باید بر اساس ویژگی آن ها را قیمت گذاری کنید برای مثال هر سه اشتراک 1 ماه هستند اولی قابلیت آنچنانی ندارد و فقط یه سری از محدودت ها بر طرف میشود ، دومین اشتراک قابلیت های خیلی خوبی دارد ، سومین اشتراک قابلیت های حرفه و تخصصی دارد.
- ولی در صورتی که بخواهید اشتراک ها را بر اساس زمان در نظر بگیرید به این صورت میشود که همه سه اشتراک قابلیت های یکسانی دارد ولی اولی اشتراک 1 ماهه دومی اشتراک 3 ماهه سومین اشتراک ، اشتراک 6 ماهه و یا مادام العمر میباشد.
- در اشتراک های تکی نیز یک اشتراک داریم که با خرید اون قابلیت هایی باز خواهد شد برای همیشه.
- توصیه میشود در اپ ها از نسخه رایگان زمان دار (برای مثال 7 روز تست رایگان) استفاده نکنید. وقت کنید توصیه میشود! برخی از اپ ها واقعا اگر کاربران تست کنند عاشقش میشوند و نسخه پولی را خریداری میکنند ولی برخی اپ ها در مهلت تست نیاز کاربران را رفع میکند و کاربران نیازی به اشتراک پولی ندارند.
- صفحه "ثبت نام" و "ورود" را در اولین صفحه اجرا برنامه به کاربر نشان ندهید جدی بخواه بگم کاربر میترسه 😊 بجاش یکم بعد به کاربر نشان بدید برای مثال اول صفحه خوش آمد گویی باشه بهتره و یا قابلیت های اپ را بگید.
- کاربر باید همون اول بفهمه که اپ ما چیکار میکنه و چه نیازی رو ازش رفع میکنه.
- اسکرین شات هارو با چیزی مزخرف شلوغ نکنید سعی کنید ساده و زیبا باشد ، چون اگه بکگراند شلوغ باشه کاربر نمیتونه روی اپ تمکز کنه.
- وقتی در اولین اجرا اپ باز میشه از کاربر نخواهید که به اپ نظر بده چون هنوز اپ را ندیده که بخواهد نظر بدهد و اگر نظر بدهد قطعا نظر خوبی نخواهد داد ولی در اجرا های بعدی چون کاربر نیاز داشته از اپ استفاده کنه میتوانید از کاربر بخواهید که نظر دهد.
- اگر برای اپ تست رایگان میزارید سعی کنید 7 روز یا 14 روز تست رایگان باشد و هرگز چیزی مثل 3 روز را انتخاب نکنید زیرا کاربران در این 3 روز راحت نیستند.
- یکی از بهترین روش ها برای بهبود نظر ها این است که هنگامی که به کاربر پیامی نمایش میدید و درخواست میکنید که به اپ امتیاز دهد قبل از فرستاد کاربر به استور مورد نظر چک کنید اگر کاربر 5 یا 4 و یا 3 ستاره به اپ داد در پیام ، کاربر را به استور بفرستید تا نظر خود را بدهد ولی اگه 1 یا 2 ستاره داد به جای اینکه کاربر را به استور بفرستید به صفحه پشتیبانی بفرستید تا کاربر مشکل خود را در صفحه پشتیبانی بگویید .

- برای یافتن عبارت‌ها و آماده‌کردن اولین لیست کلمات، می‌توانید روی پیشنهادهای خود اپ استور اپل هم حساب کنید.

