信息221-19122120-侯兆晗-作业2

1.在吸引第一批种子用户开始使用APP时，需要考虑多方面的问题：

用户需求和痛点：深入了解目标用户的需求和痛点，确保APP的功能和服务能够满足他们的期望。

产品亮点：明确APP的亮点和独特之处，以便在推广时突出展示，吸引用户的注意。

用户体验：优化APP的用户体验，确保用户在初次使用时能够感受到便捷和愉悦。

目标用户群体：确定目标用户群体的特征和画像，以便精准地进行推广。

2.在吸引第一批种子用户开始使用APP时，需要考虑的推广途径：

社交媒体：在微博、微信、知乎等社交媒体平台上发布有趣、有料的内容，引起目标用户的关注。同时，邀请已经使用过APP的用户分享他们的使用经验，形成良好的口碑传播。

线上线下活动：组织线上线下活动，如产品发布会、体验会、交流会等，与目标用户建立面对面的联系，展示APP的功能和优势。

精准邀请：采用邀请制，向潜在用户发送邀请码、邀请链接或邀请邮件，让他们感受到被重视和尊重。

合作推广：与相关领域的意见领袖、社区、论坛等合作，借助他们的影响力和资源，吸引更多潜在用户。

利用公司原有用户群：如果公司之前有其他产品或服务，可以利用原有用户群进行推广，引导他们尝试使用新的APP。

3.在吸引第一批种子用户开始使用APP时，需要考虑的成本预估

社交媒体推广成本：包括内容制作、广告投放、KOL合作等费用，具体成本取决于推广的规模和效果。

线上线下活动成本：包括场地租赁、设备购置、人员费用、宣传费用等，成本较高，但能够直接与目标用户建立联系。

精准邀请成本：主要是邀请码、邀请链接的制作和发送费用，以及邀请过程中的沟通和跟进费用。

合作推广成本：与合作方的分成费用、合作活动费用等，具体成本取决于合作方式和效果。

其他成本：如用户调研、产品优化、技术支持等费用，这些费用虽然不直接用于推广，但对项目的成功运转至关重要。