



Благодаря кампании с таргетингом на пользователей, готовых совершать покупки в приложении, доходы Playrix выросли в четыре раза

О компании Playrix

- Российская компания.
- Основана в 2004 г.

цели:

- Стимулировать установки приложения пользователями с высокой общей ценностью.

Стратегия:

- Таргетинг на пользователей, готовых совершать покупки в приложении.
- Сегментация аудитории по полу и возрасту.
- Собственные форматы объявлений и ставки для каждого сегмента.
- Показ рекламы на всех сайтах рекламной сети для постоянного улучшения алгоритма назначения ставок.
- Таргетинг на пользователей, готовых совершать покупки в приложении.

Результаты:

- Доход от кампаний вырос в 4 раза за 6 месяцев.
- Число установок в месяц увеличилось в 3,5 раза.

Компания Playrix – разработчик бесплатных игр для мобильных устройств. Общее количество установок ее игр для iOS и Android превышает 30 млн. Основная цель Playrix – привлечение пользователей с высокой общей ценностью. Для ее определения компания использует собственные методики, основанные на таких показателях, как удержание и совершение покупок в приложении. Продвижение игры Township, в которой сочетаются жанры градостроительства и фермерства, проводилось с целью привлечь пользователей, общая ценность которых обеспечит высокую рентабельность инвестиций.

Разные группы пользователей демонстрируют разные привычки в игре и разный подход к совершению покупок. Поэтому Playrix запустила несколько рекламных кампаний с разными форматами объявлений в зависимости от демографических характеристик, таких как возраст и пол. Это позволило задавать стратегии назначения ставок в соответствии с прогнозируемой общей ценностью игроков. Затем компания провела тестирование, назначив каждой кампании отдельный дневной бюджет. Для всех кампаний и групп объявлений был настроен показ на всех сайтах рекламной сети, поэтому алгоритм назначения ставок мог автоматически обучаться и оптимизировать ставки. Наконец, маркетологи Playrix настроили в Оптимизаторе конверсий таргетинг на пользователей с высокой общей ценностью, готовых совершать покупки в приложении.

Собрав данные по эффективности кампаний, специалисты Playrix перенесли все важные конверсии в AdWords (включая первый запуск, завершение обучения, достижение определенных уровней и совершение покупок в приложении). Таргетинг на пользователей, готовых совершать покупки, принес отличные результаты, поэтому в Playrix постепенно повышали целевую цену за конверсию, чтобы привлекать ещё более ценных клиентов. За 6 месяцев доход от этих кампаний вырос в 4 раза, а число установок в месяц увеличилось в 3,5 раза. Эти результаты побудили компанию с самого начала при продвижении новой игры Fishdom для Android использовать в Оптимизаторе конверсий таргетинг на пользователей, готовых совершать покупки в приложении.



Продвижение игры Township, в которой сочетаются жанры градостроительства и фермерства, проводилось с целью привлечь пользователей, общая ценность которых обеспечит высокую рентабельность инвестиций.