



## Компания Game Insight использовала инновационную стратегию для продвижения мобильных игр по всему миру

---

### О компании

- Разработчик мобильных и социальных игр.
- Главный офис находится в Вильнюсе.

---

### Цели:

- Привлечь как можно больше новых пользователей.

---

### Стратегия:

- Использовался Оптимизатор конверсий для покупателей.

---

### Результаты:

- Средний доход от пользователя вырос на 130%.
  - В 2,3 раза увеличилось количество пользователей, покупающих контент
- 

Компания Game Insight, основанная в 2009 году, лидирует среди издателей мобильных и социальных игр благодаря своим передовым разработкам. Главный офис находится в Вильнюсе, а в девяти студиях фирмы трудятся более 800 разработчиков игр.

Чтобы способствовать продаже нескольких игр для Android, включая Paradise Island 2 и Airport City, специалисты Game Insight решили применить в кампаниях AdMob Оптимизатор конверсий для покупателей. Этот инструмент автоматически оптимизирует кампании, охватывая наиболее перспективных клиентов, которые с большей вероятностью сделают покупку через приложение. Алгоритм Оптимизатора конверсий находит пользователей, которые уже скачивали платные приложения в Google Play и Apple Store или же делали покупки через приложения в Google Play. В отличие от предыдущих кампаний Game Insight, которые были организованы по странам, в этом случае все страны включили в одну кампанию. Это позволило эффективно масштабировать продвижение на рынок и применить алгоритм оптимизации.

В результате маркетологи Game Insight зафиксировали покупки даже в тех регионах, где совсем их не ожидали, подтвердив рентабельность такого специфического, но очень эффективного варианта назначения ставок. Более того, средний доход от пользователя вырос на 130%.

С такой тактикой команда Game Insight добилась внушительных результатов и смогла выйти на рынки более чем 55 стран. Выбранная стратегия позволила маркетологам привлечь в 2,3 раза больше пользователей, заплативших за контент в приложениях, чем обычная медийная кампания. "Оптимизатор конверсий для покупателей помог нам получить ценных пользователей не только на приоритетных рынках, но и по всему миру", – отметил представитель Game Insight.



Чтобы способствовать продаже нескольких игр для Android, включая Airport City (выше), маркетологи Game Insight настроили таргетинг кампаний в AdMob на аудиторию, покупающую платный контент. Таким образом они нашли пользователей, которые уже скачивали платные приложения или совершали покупки через приложения.