



Product Madness hakkında

- 2007'de kuruldu
- Sosyal kumar oyunları yayıncısı
- Sahibi: Aristocrat

Hedefler

- Heart of Vegas uygulamasının tanıtımında maksimum erişim elde etme
- Kampanya oluşturma sürecini basitleştirme

Yaklaşım

- Üç aylık Evrensel Uygulama Kampanyaları (UAC) testi uygulandı
- Yükleme başına maliyet (YBM) hedefi oluşturuldu
- Harcama verimliliğinin iyileştirilmesi için YBM hedefi düşürülürken bütçe artırıldı

Sonuçlar

- Standart uygulama tanıtım kampanyalarına kıyasla yüklemelerde %26 artış
- %25 daha az yükleme başına maliyet
- Diğer Android kullanıcı edinme kaynaklarına kıyasla 2,2 kat daha yüksek YG

"Elde ettiğimiz sonuçlar bizi çok mutlu etti. Kampanyaları oluşturmanın kolaylığı; arama, görüntülü reklamcılık, YouTube ve Play Store'da varlığımızı göstermemizi ve sürdürmemizi sağladı."

Mark Beck, Finans ve Kullanıcı Edinme Departmanı Başkan Yardımcısı, Product Madness

Product Madness, Evrensel Uygulama Kampanyaları kullanarak yüklemeleri artırırken maliyetleri düşürmeyi başardı

2007 yılında San Francisco'da kurulan Product Madness, sosyal kumar oyunları alanında önde gelen bir yayıncı. 2013 yılında piyasaya sürülen ve son derece popüler hale gelen Heart of Vegas, şu anda dünya çapındaki birçok platformda şirketin en çok kazandıran oyunu.

Kampanya oluşturma sürecini basitleştirmek ve hem ABD hem de Avustralya'da Heart of Vegas'ın tanıtımında maksimum erişime ulaşmak için yeni bir yol arayan Product Madness, birbirinden farklı tüm Google uygulama indirme ürünlerini tek bir çözüm halinde sunan Evrensel Uygulama Kampanyaları'nı (UAC) kullanmaya karar verdi.

İlk başta günlük bütçe, üç aylık bir deneme süresi boyunca yükleme başına maliyet (YBM) hedefine ulaşılabilmesi için sınırlandırıldı. Ardından ekip, harcama verimliliğini iyileştirmek amacıyla YBM hedefini düşürürken bütçeyi giderek artırdı.

Reklamların yayınlanmasından bu yana UAC üzerinden gerçekleştirilen yüklemeler, aynı dönemde farklı ağılarda yayınlanan uygulama yükleme kampanyalarına kıyasla %26 arttı. UAC, %25 daha düşük YBM ile diğer Android kullanıcı edinme kaynaklarına kıyasla 2,2 kat daha yüksek YG sağlıyor.

Product Madness ekibi bu sonuçlar sayesinde, aynı bütçeyle daha yüksek bir uygulama yükleme hacmi elde etti. Finans ve Kullanıcı Edinme Departmanı Başkan Yardımcısı Mark Beck: "UAC; Google Arama, Google Play, Google Görüntülü Reklam Ağı, YouTube ve AdMob genelinde çok yüksek yükleme oranları elde etmemizi sağlayarak harika performans gösterdi. Ekibimizin minimum çabasıyla düşük YBM'ler elde ederken yüklemelerimizin %35'ten fazlasını hedef YG'mizin üzerine çıkarabildik." Sonuç olarak UAC, Product Madness'ın mobil pazarlama stratejisinde bir temel ürün haline geldi.

