

ÖRNEK OLAY

Evrensel Uygulama Kampanyaları, Tesco Groceries uygulamasının yükleme başına maliyetini %38 düşürüyor

Tesco, geniş kapsamlı marketleri ve genel ürün yelpazesıyla dünyanın en büyük perakendecilerinden biridir. Tesco çok kanallı bir yaklaşım sayesinde, var olan mağaza ağını ve çevrimiçi uzmanlığını güçlendirerek müşterilerinin alışveriş turlarını daha da kolay hale getirebilmektedir. Tesco'nun müşteri tabanı; web, mobil web ve mobil uygulamalarını teslim saatlerini belirlemek, alışveriş sepetlerini doldurmak ve siparişlerini yoldayken düzenlemek için kullanmaktadır. Tüm temas noktalarında görünür olmak, müşteri yolculuğunun kolaylaştırılması ve satın alım işlemlerinin tekrarlanması için hayati önem taşımaktadır.

Tesco Groceries uygulaması, mobil web sitesinin daha gelişmiş, kullanıcı dostu bir sürümüdür ve giriş bilgilerinin kullanılmasıyla sepetlerin ve Favorilerin tüm ekranlarda hatasız olmasını sağlar. Markanın mobil uygulama kullanıcıları daha sık sipariş vererek ve düzenleyerek en sadık müşteriler olma eğilimi göstermektedirler. Bu bağlamda, Tesco Groceries uygulamasının tanıtımı yeni müşteriler edinmek, var olan tüketicilerin hem harcama tutarını hem de alışveriş sıklığını arttırmak ve uzun vadeli bağlılığa teşvik etmek için büyük önem arz etmektedir.

Tesco'nun arama motoru pazarlamacılığı ajansı Periscopix, a Merkle Company, Noel alışveriş dönemi öncesinde erişimi ve görünürlüğü artırmak için bir Evrensel Uygulama Kampanyası başlattı. Kampanya hem yeni hem de geri gelen kullanıcıları hedef alacak ve Android cihazlardaki Tesco Groceries mobil uygulamasının indirilmesini teşvik edecek şekilde düzenlenmişti. Reklam metni satırları, mevcut televizyon etkinliklerini yansıtmak için markalı arama ağı kampanyalarından ve alakalı video



Tesco Hakkında

- Çok uluslu market ve genel ürün perakendecisi
- www.tesco.com

Periscopix, a Merkle Company Hakkında

- Performans pazarlamacılığı uzmanları
- www.periscopix.co.uk

Hedefler

- Yeni müşteriler edinme
- Var olan tüketicilerin harcama miktarı ve kullanım sıklığını artırma
- Uzun vadeli bağlılık elde etme

Yaklaşım

- Evrensel Uygulama Kampanyaları başlatıldı
- Yeni ve geri gelen kullanıcılar Android cihazlara uygulama yüklemeye teşvik edilmek üzere hedeflendi
- Markalı arama ağı kampanyaları ve mevcut video reklam öğelerinden alınan reklam metinleri kullanıldı

Sonuçlar

- Kampanyanın yayınlanmasından itibaren yüklemeler sayısında beş kat artış
- Standart uygulama yükleme kampanyalarına kıyasla Evrensel Uygulama Kampanyaları üç kat daha fazla kullanıcıya erişti, %77 daha yüksek tıklama oranı ve %38 daha düşük yükleme başına maliyet elde etti

reklam öğelerinden alındı. Başlangıçta günlük bütçe, yükleme başına maliyet (YBM) hedefine test döneminde ulaşılmasını sağlamak için sınırlı tutulmuştu. Ekip daha sonra harcama verimliliğini artırmak için YBM hedefini düşürürken günlük bütçeyi istikrarlı bir şekilde artırdı.

Reklamın yayınlanmasından itibaren yükleme sayısı beş kat arttı. Aynı dönemde yürütülen standart uygulama yükleme kampanyalarına kıyasla evrensel uygulama reklamları üç kat daha fazla kullanıcıya ulaştı. Bununla birlikte tıklama oranı %77 daha yüksek ve YBM %38 daha düşüktü, böylece Periscopix ekibi aynı bütçeyle daha yüksek uygulama yükleme hacmine ulaşabildi. Jocelyn Le Conte, Periscopix TBÖ Ekip Lideri: "Bu sonuçlarla karşılaşmak ve kolayca düzenlediğimiz kampanyanın aramalarda, görüntülü reklamlarda, YouTube'da ve Play Store'da yer almasını sağlayabildiğimizi görmek bizi oldukça memnun etti."

Gelecekte Tesco Groceries için Evrensel Uygulama Kampanyalarını daha yüksek bir çevrimiçi pazarlama bütçesiyle yürütmeye devam edecek olan Periscopix, bu kampanya türünü daha fazla Tesco uygulamasını kapsayacak şekilde genişletmeyi de planlıyor. Diğer planlar arasında, daha geniş ve daha düzenli satışların özendirilmesi için uygulama içi geliri teşvik etme amaçlı optimizasyon çalışmaları ve hem derin bağlantılar hem de başka taktikler kullanarak uygulamayı yükleyenlerle iletişimin kesilmemesini sağlamak bulunuyor.

"Bu sonuçlarla karşılaşmak ve kolayca düzenlediğimiz Evrensel Uygulama Kampanyasının aramalarda, görüntülü reklamlarda, YouTube'da ve Play Store'da yer almasını sağlayabildiğimizi görmek bizi oldukça memnun etti."

Jocelyn Le Conte, TBÖ Ekip Lideri, Periscopix, a Merkle Company