



”סדרת המוצרים החדשה של GO היא השילוב המושלם בין טעם מעולה לבין הערכים הפונקציונאליים הכי טובים שיש. לאחר שמבחיני טעימה בקרב צרכנים הוכיחו שהם מעדיפים את היוגורט שלנו על פני המתחרים, החלטנו לנקוט באסטרטגיית הטעימות באמצעות חלוקת שוברי התנסות בדיגיטל. יצאנו מהתפיסה שככל שיותר צרכנים יטעמו את המוצר שלנו, הם יעברו אליו מהמתחרים, וזה מה שקרה בפועל. השילוב של קמפיין מודעות יחד עם חלוקת שוברי מתנה למוצר מנצח, יצרו את הסחף שאליו קיוונו וזה התבטא כמובן במכירות”.

-מיכל בצר, מנהלת אגף השיווק בחטיבת החלב בקבוצת תנובה

40%

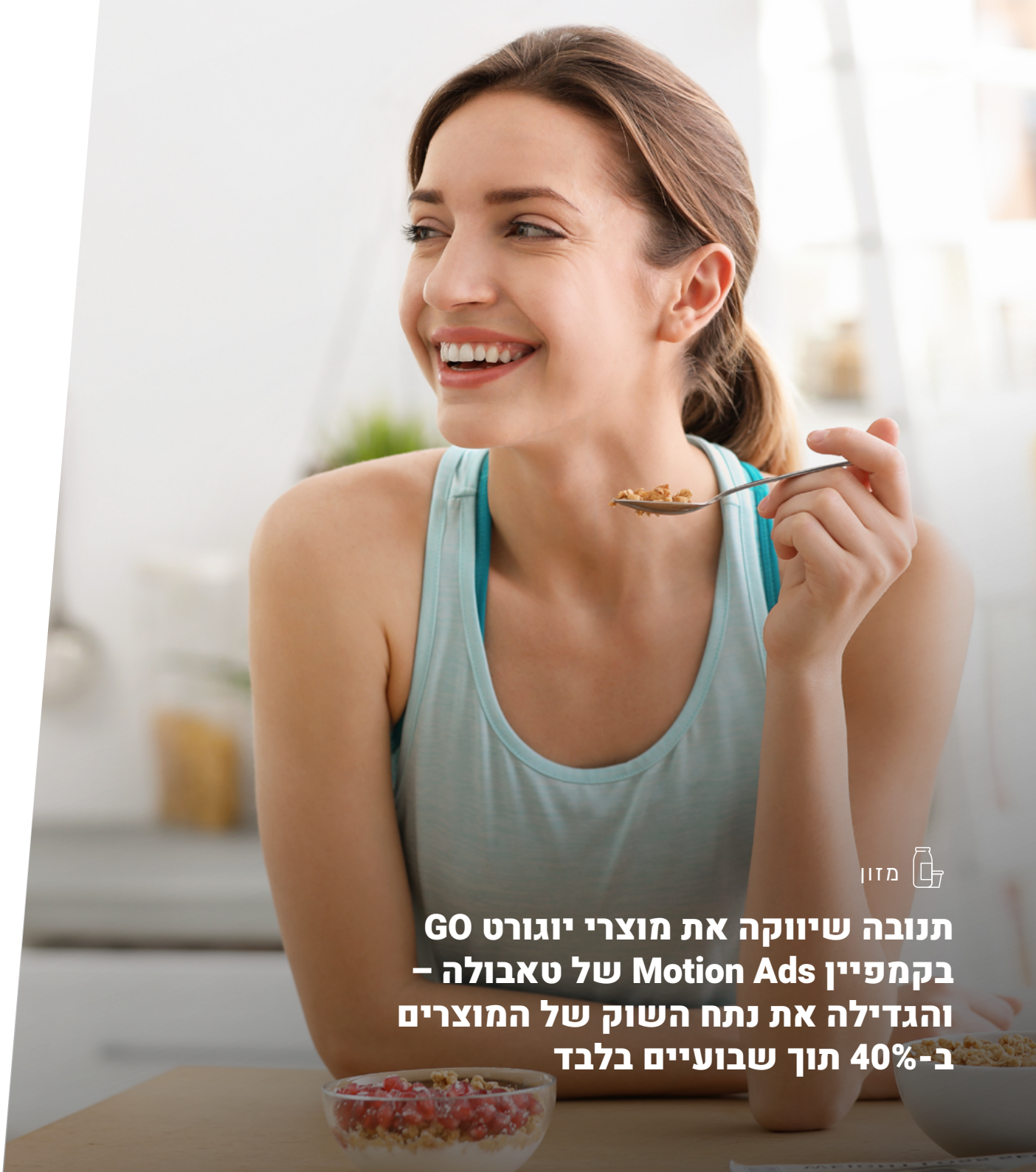
נתח שוק עבור מוצרי יוגורט GO תוך שבועיים בלבד
עם קמפיין Motion Ads בטאבולה

87%

ירידה בעלות עבור ליד מהיעד המקורי שנקבע



**תנובה שיווקה את מוצרי יוגורט GO
בקמפיין Motion Ads של טאבולה –
והגדילה את נתח השוק של המוצרים
ב-40% תוך שבועיים בלבד**



חברה

קבוצת תנובה היא קונצרן המזון המוביל בישראל. ב-90 שנות פעילותה תנובה משווקת מוצרי חלב, ביצים ועוד מגוון תוצרת חקלאית טרייה, ומוצריה מגיעים לכל בית בישראל.

האבאס בלינק היא סוכנות תוכן ומדיה חברתית ותיקה וגדולה בישראל.

אתגר

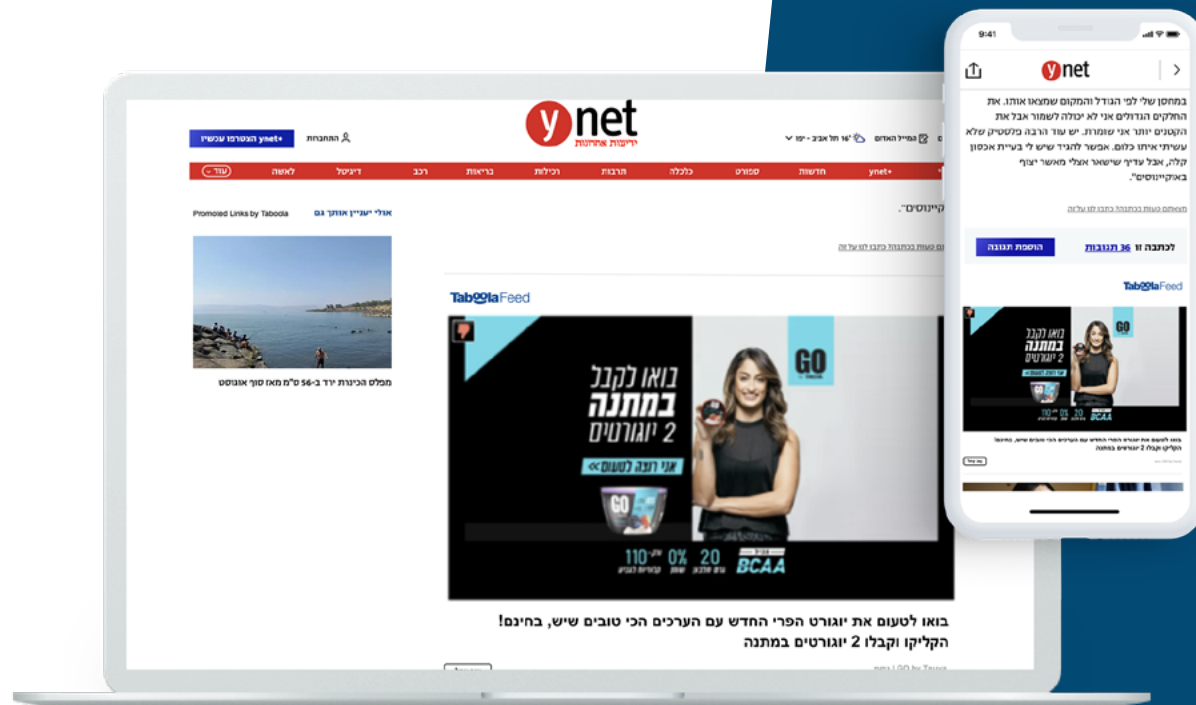
קידום נרחב של קו מוצרי יוגורט GO החדש של **תנובה** לצרכנים רלוונטיים, מבלי להתפשר על עמידה ביעדים מחמירים של עלות לפעולה.

פתרון

השקת קמפיין Motion Ads **בטאבולה** עם כפתור הנעה לפעולה (CTA). הקמפיין הוביל לעמוד נחיתה שהציע לצרכנים שובר התנסות לקבלת שני יוגורטים חינם.

תוצאות

עם קמפיין Motion Ads **בטאבולה**, הצליחה **בלינק** לעזור לתנובה להגדיל את נתח השוק של מוצרי יוגורט GO ב-40% תוך שבועיים בלבד, בעלות עבור ליד הנמוכה ב-87% מהיעד המקורי שנקבע.





הקדמה

קבוצת תנובה היא קונצרן המזון המוביל בישראל. ב-90 שנות פעילותה **תנובה** משווקת מוצרי חלב, ביצים ועוד מגוון תוצרת חקלאית טרייה, ומוצריה מגיעים לכל בית בישראל. הלוגו ההיסטורי והמוכר של **תנובה** היה לסמל של איכות מעולה ועמידה בדרישות קפדניות של טריות וטעם.

כבר כמעט עשור, מוצרי החלב הקלאסיים של **תנובה** לצד מגוון מוצרים נוספים, שובים את ליבן של משפחות ישראליות הרוצות ליהנות מאוכל טעים ומזין ולשמור על תזונה מאוזנת. החברה משקיעה רבות במחקר ופיתוח כדי להבטיח שמוצריה יעמדו בדרישות האיכות המחמירות ביותר.

האבאס בלינק היא סוכנות תוכן ומדיה חברתית ותיקה וגדולה בישראל. החברה הוקמה ב-2007 בידי שגיא חמץ, ממייסדי עיתון דה-מרקר, שהיה גם עורך העיתון. שגיא חמץ הוא שותף מנהל בבלינק גם כיום. מנכ"לית החברה אדווה קירש הצטרפה לבלינק לפני שש שנים. בצוות **האבאס בלינק** 35 עובדים, ועם לקוחות החברה נמנות 50 מהחברות הגדולות במשק הישראלי.

תנובה רושמת היקפי מכירות גבוהים בקו מוצרי יוגורט GO עם טאבולה

עם קמפיין Motion Ads בטאבולה, בלינק משיגה עלות לליד הנמוכה ב-87% מהיעד המקורי שנקבע ע"י תנובה

ביוני 2021 השיקה תנובה קמפיין מבוסס-ביצועים כדי לקדם את מותג יוגורט GO בקרב מתאמנים. תנובה רצתה לפנות לקהלים איכותיים, כאשר המטרה הייתה להניע את המכירות בקבוצה מסוימת של צרכנים רלוונטיים, ובסופו של דבר למשוך קבוצת צרכנים גדולה יותר אל קו המוצרים.

בעזרת **בלינק** השיקה **תנובה** קמפיין Motion Ads בטאבולה, שהוצג באתרי תוכן איכותיים בישראל. הקמפיין נמשך שבועיים, ובסופו נרשמה **עלייה של 40% בנתח השוק של קו המוצרים**.

הפורמטים של המודעות בקמפיינים מסוג Motion Ads של **טאבולה** מאפשרים למפרסמים למנף נכסי וידאו בקמפיין התוכן הממומן שלהם. כך המפרסמים יכולים לשפר את ביצועי הקמפיין ולמצות את הפוטנציאל של המודעות במשיכת תשומת הלב של הגולשים.

העלות עבור ליד בקמפיין שבלינק ותנובה השיקו בטאבולה הייתה נמוכה ב-87% מהיעד המקורי שהציבה תנובה. כמו כן, **יחס ההקלקה ויחס ההמרה היו גבוהים ב-11% וב-26% (בהתאמה) מהיעדים המצופים**. צוות **בלינק** השתמשו ב**טאבולה Smart Bid** וב**טאבולה** פיקסל עבור אופטימיזציה של הקמפיין תוך כדי תנועה.

סמארט ביד, כלי הבידינג האוטומטי של **טאבולה**, פותח כחלופה לבידינג ידני ונועד לשפר את ביצועי הקמפיינים. מערכת סמארט ביד מסתמכת על נתוני המרות מהקמפיין ומכלל הרשת של **טאבולה** כדי לחזות את הסיכוי שתתקבל המרה ולחשב את הצעת המחיר שתשיג למפרסם מקסימום המרות.

טאבולה פיקסל עוזר למפרסמים להבין את פעולות הגולשים באתרים שלהם ולייעל את השיווק בהתאם – כלומר לעודד פעולות שמניבות למפרסמים ערך. לדוגמה, מפרסם יכול להגדיר **שטאבולה** פיקסל יופעל וישלח דיווח בכל פעם שגולש יבצע פעולה מסוימת באתר שלו.

בלינק משתמשת במודעות עם כפתור הנעה לפעולה כדי להגדיל את מספר ההמרות בקמפיין של תנובה

כדי לייעל את הקמפיין של **תנובה** אף יותר, החליט צוות **בלינק** להתנסות בפורמט המודעות החדש של **טאבולה** עם כפתור הנעה לפעולה (CTA).

כפתור ההנעה לפעולה של **טאבולה** הוא תוסף שאפשר להטמיע בקריאייטיב של המודעה כדי להביא לעלייה במספר ההמרות של הקמפיין. הכפתור מופיע לצד הקריאייטיב של המודעה והוא עוצב במיוחד כדי למשוך את העין של המשתמשים ולהניע אותם לפעולה ספציפית אחרי ההקלקה, בהתאם ליעדי הקמפיין.