



”באמצעות קמפיינים של Motion Ads בטאבולה עבור שניים מהמשחקים שלנו, הצלחנו להגיע ליותר משתמשי מובייל בארה”ב במכשירי iOS ואנדרואיד כאחד והגדלנו את מספר ההורדות של האפליקציות שלנו. יתרה על כך, הפעילות המשותפת עם טאבולה עזרה לנו לטרגט יוזרים שרוכשים יותר באפליקציה, מה שהגדיל את ה-ROI ואת שווי השחקן לאורך זמן.”

דניאל טנדלר, ראש צוות User Acquisition בחברת SciPlay

8%

גידול ב-ROI

4.5%

גידול בשווי שחקן בהשוואה
לפלטפורמות אחרות

6%

הפחתת עלות להורדה (CPI) לאורך זמן

גיימינג

**SciPlay מגדילה מספר הורדות
ב-iOS ואנדרואיד ו-ROI באמצעות
שותפות ארוכת טווח עם טאבולה**



חברה

SciPlay היא אחת מחברות הגיימינג המובילות בעולם, המייצרת משחקי מובייל למיליוני משתמשים גלובליים.

אתגר

הגדלת מספר ההורדות של האפליקציות והעלאת שווי השחקנים במכשירי iOS ואנדרואיד.

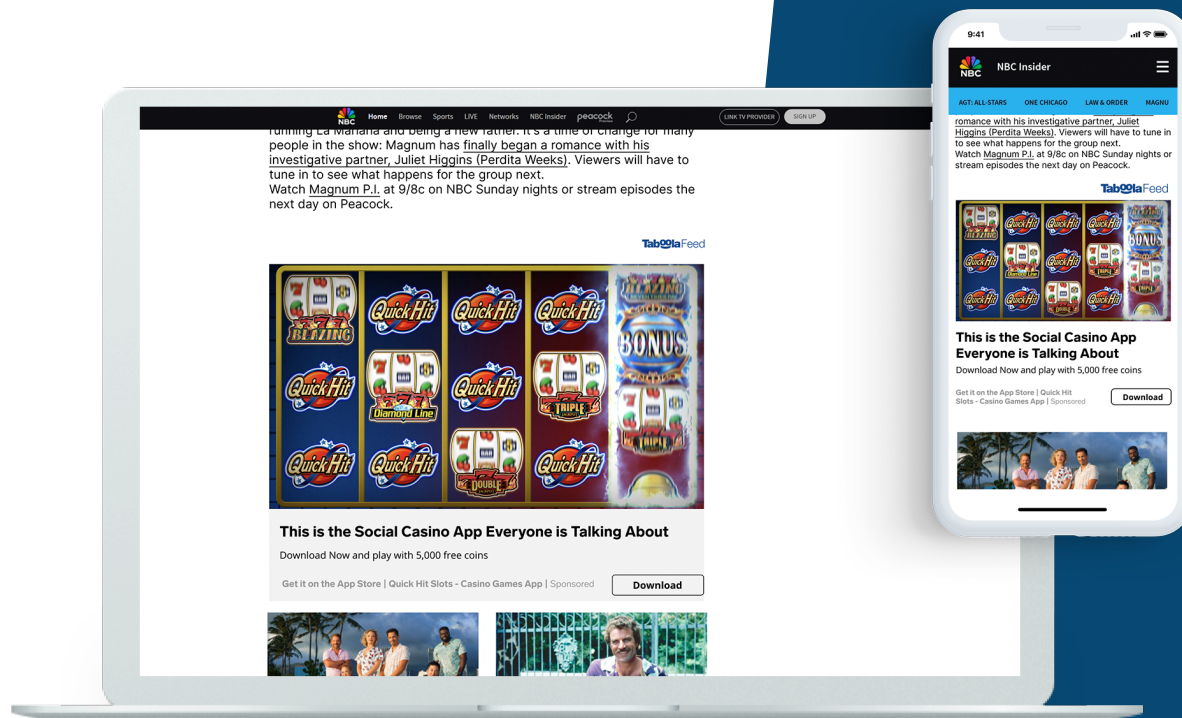
פתרון

השקת קמפיין מובייל באמצעות Taboola Motion Ads עם טרגוט קונטקסטואלי, המפנה משתמשים להוריד את האפליקציות של **SciPlay**.

תוצאות

עם טאבולה, **SciPlay** הצליחה להגדיל את מספר הורדות האפליקציות וכן את שווי השחקנים בקרב משתמשי iOS ואנדרואיד. ה-ROI של הקמפיין היה גבוה ב-8% מהיעד שהוצב.

מודעות Motion Ads של טאבולה לוכדות את העין ומעלות את מספר הורדות האפליקציה





הקדמה

SciPlay (נאסד"ק: SCPL) היא בין חברות המוביל גיימינג המובילות בעולם. לחברה 7 סטודיואים עיקריים ב-6 מדינות ו-800 עובדים. SciPlay מייצרת ומשווקת משחקי סושיאל קזינו, בינגו וקז'ואל גיימינג למיליוני משתמשים ברחבי העולם.

SciPlay משלבת גישה מכוונת דאטה וכלכלת משחק מתקדמת יחד עם תוכן איכותי כדי לספק משחקים חינוכיים בעלי ערך בידורי גבוה ביותר. מרבית המשחקים בפורטפוליו של **SciPlay** שייכים לקטגוריית הסושיאל קזינו, המציעה משחקים ששומרים על נאמנות לרוח האותנטית של כמה ממותגי הקזינו הגדולים בעולם. בין המשחקים נכללים: Jackpot Party, Goldfish Casino, Quick Hit Slots, 88 Fortunes, Hot Shot Casino ו-Monopoly Slots. משחקי הקז'ואל של החברה כוללים את Bingo Showdown, Backgammon Live ו-Solitaire Pets Adventure. ל-**SciPlay** קהילה פעילה של למעלה מ-34 מיליון שחקנים ברחבי העולם.

SciPlay מגדילה ROI עם הטרגוט הקונטקסטואלי של טאבולה

SciPlay השתמשו בכלי הטרגוט והבידינג של **טאבולה** כדי להגיע לקהל משתמשי המובייל הנכונים וכדי להגדיל את מספר ההמרות.

בתור התחלה, **SciPlay** הטמיעו טרגוט קונטקסטואלי כדי לייצר מעורבות של קוראים בתחומים מסוימים, כולל נושאים כמו בית, ספורט ולייף סטייל. טרגוט קונטקסטואלי היה הכוח המניע מאחורי היכולת להגיע לאנשים הנכונים עם המסר הנכון.

עם SmartBid - טכנולוגיית הבידינג האוטומטית של טאבולה - **SciPlay** הצליחו ליצור בידיים אופטימליים כדי להגדיל את מספר ההמרות. Taboola SmartBid מבצע התאמה בין הביד הנכון למשתמש הנכון בזמן אמת, מה שמסייע למפרסמים להגיע לאנשים עם הסבירות הגבוהה ביותר להמיר לשחקן משלם.

לאחר חברתה לטאבולה, **SciPlay** עברה את יעד ה-ROI שלה ב-8% ובנוסף הקטינה את העלות להורדה (CPI) ב-6% לאורך זמן.

SciPlay ממשיכה להגיע ולייצר מעורבות של קהלים במכשירי iOS ואנדרואיד, והולכת ומרחיבה את הקהילה הגלובלית של שחקני הגיימינג שלה.

SciPlay מגדילה את מספר הורדות האפליקציה האיותיות עם Taboola Motion Ads

צוות ה-User Acquisition ב-**SciPlay** חיפשו דרך להגדיל את מספר ההורדות של האפליקציות של החברה וכן להעלות את ההכנסות מתוך האפליקציות בקרב משתמשי iOS ואנדרואיד. הם הצליחו בקלות להתמקד במשתמשי iOS בעזרת **טאבולה**, שלא הושפעה מעדכוני iOS14.

בנוסף, **SciPlay** רצו להעלות את רמת האינגיג'מנט של משתמשי iOS ואנדרואיד ולעודד אותם להפוך לשחקנים משלמים – במטרה לייצר תשואה חיובית על ההשקעה (ROI).

טאבולה, מובילה בינלאומית בתחום המלצות התוכן ברשת הפתוחה (Open Web), מסייעת למפרסמים להגיע לקהלים איכותיים באתרי חדשות ותוכן איכותיים ברחבי העולם. הודות לרשת השותפויות הנרחבת של טאבולה, מפרסמים כמו **SciPlay** יכולים להגיע ליותר מ-500 מיליון משתמשים פעילים ביום.

SciPlay עבדו ישירות עם **טאבולה** על הרצת קמפינים לשני משחקים. יחד, הם בנו סדרה של מודעות מסוג Taboola Motion Ads - המורכבות מסרטון קצר אשר מושך את תשומת הלב, תיאור המספק מידע נוסף, וכפתור הנעה לפעולה כגון "הורידו עכשיו". **SciPlay** גם חברו לקריאייטיב שופ של **טאבולה**, צוות גלובלי של מומחים – כותבים, מעצבים, אנליסטים ואסטרטגים העושים שימוש בדאטה העצום של טאבולה על מנת להפיק את הקריאייטיב האופטימלי עבור כל קמפיין.

המודעות של **SciPlay** הופצו במכשירי מובייל בארה"ב, והגיעו לקהלים בזמן שכבר היו פעילים מול תוכן רלוונטי. מרגע שמשמש לחץ על המודעה, הוא יכול היה להוריד את האפליקציה שקודמה בקמפיין.

עם **טאבולה** Motion Ads, הצליחו **SciPlay** להגדיל את מספר הורדות האפליקציות וכן את ההכנסות בתוך האפליקציות. בסופו של דבר, טאבולה ייצרה הורדות בקרב שחקנים בעלי שווי שחקן גבוה יותר בהשוואה לשחקנים שהגיעו מפלטפורמות אחרות.