



“מאז ומתמיד נהנינו מתוצאות טובות של הקמפיינים שלנו בטאבולה, גם עבור פרפורמנס וגם עבור העלאת מודעות, שהובילו להזרמת תרומות לפעילות של עזר מציון. בקמפיין הזה, הצלחנו לייצר ביצועים באופן ישיר מ-Taboola Video שעקפו את כל יתר הפלטפורמות בכל המדדים, כולל ROAS ו-CPCV.”

-רמי כהן, מנכ"ל דיגיטל וייב

1100%

תשואה על הוצאות פרסום (ROAS)

70%

תשואה גבוהה יותר על הוצאות פרסום (ROAS) לעומת כל פלטפורמה אחרת

95%

עלות נמוכה יותר לצפייה מלאה (CPCV) לעומת כל פלטפורמה אחרת



בריאות

עזר מציון ודיגיטל וייב משיגות ROAS גבוהה ב-70% לעומת פלטפורמות אחרות עם Taboola Video

חברה

עזר מציון היא העמותה הגדולה בישראל בתחום התמיכה הרפואית, המספקת סיוע חיוני לאנשים המתמודדים עם אתגרים בריאותיים ולבני משפחותיהם. **דיגיטל וייב** היא סוכנות פרסום דיגיטלי שיוצרת אלפי לידים ומכירות עבור לקוחותיה.

אתגר

גיוס תרומות חצי-שנתי והעלאת המודעות לעמותה בקרב קהלים חדשים.

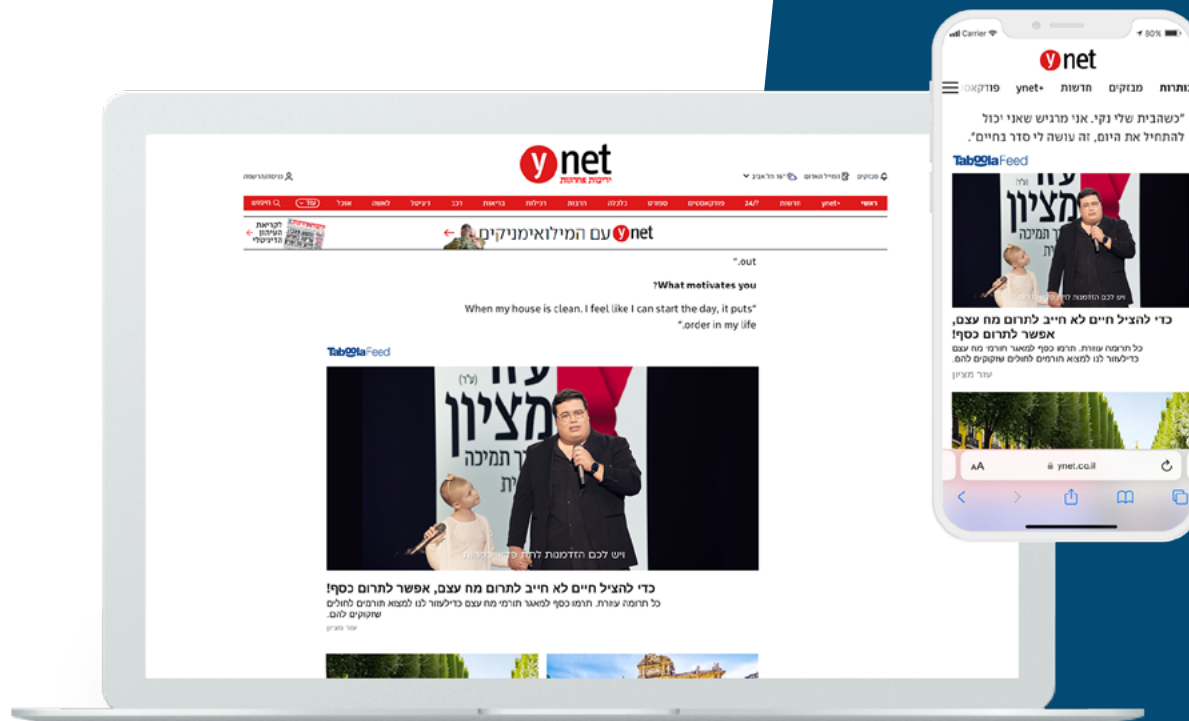
פתרון

השקת קמפיין **Taboola Video** באתרי פאבלישרים מובילים ואיכותיים, המעודד את הצופים ללמוד עוד על פעילותה של **עזר מציון** ולהעביר תרומות כספיות.

תוצאות

עם קמפיין **Taboola Video**, **עזר מציון ודיגיטל וייב** השיגו **תשואה של 1,100% על הוצאות הפרסום (ROAS)**. הקמפיין גם הוביל ל-**ROAS גבוה ב-70%**, **CPCV נמוך ב-95%**, ו-**CPM נמוך ב-17%** בהשוואה לכל פלטפורמות הפרסום האחרות.

עזר מציון ודיגיטל וייב מקדמות קמפיין גיוס כספים ברשת הפאבלישרים של טאבולה





הקדמה

עזר מציון היא עמותת תמיכה רפואית ישראלית המציעה מגוון רחב של שירותי תמיכה רפואיים וחברתיים כדי לסייע לחולים, למוגבלים, לקשישים ולאוכלוסיות מוחלשות בישראל. מאז הקמתה ב-1979, **עזר מציון** גדלה והפכה לאחת העמותות הגדולות בישראל המשרתת למעלה מ-670,000 אנשים בכל שנה.

מאז היווסדה ב-2008, **דיגיטל וייב** היא סוכנות פרסום דיגיטלי המתמחה בפרסום אונליין באמצעות מגוון ערוצים. עם ניסיון נרחב ברכש מדיה, אנליזה ואופטימיזציה, **דיגיטל וייב** מצליחה לייצר אלפי לידים ומכירות עבור לקוחותיה. החברה מאמינה בפרסום אונליין ממוקד ואיכותי על ידי בניית אסטרטגיה שיווקית מותאמת אישית בהתאם למטרות העסקיות ולקהל היעד של כל לקוח.

טאבולה השיגה CPCV נמוך ב-95% לעומת יתר הפלטפורמות

עזר מציון ודיגיטל וייב הצליחו לייצר פרפורמנס – בצורת תרומות ממשיות – ישירות מהקמפיין של Taboola Video, שהניב תשואה של 1,100% על הוצאות פרסום (ROAS).

בסופו של דבר, **טאבולה** השיגה ביצועים טובים יותר ממה שהשיגה **עזר מציון** בכל פלטפורמות הפרסום האחרות: קמפיין Taboola Video השיג **עלות לצפייה מלאה (CPCV) נמוכה ב-95%, עלות לאלף חשיפות (CPM) נמוכה ב-17%, ו-ROAS גבוה ב-70%** מהערוצים האחרים.

עזר מציון עובדת בימים אלה עם טאבולה על קמפיינים נוספים של וידאו ותוכן ממומן לגיוס כספים. העבודה הצמודה עם צוות ניהול הלקוחות של **טאבולה** מסייעת לעזר מציון ליצור את התנאים להשגת תוצאות חזקות אף יותר. הם ממשיכים להגיע לקהלים חדשים ולייצר תרומות לתמיכה בפעילותם החשובה.

עזר מציון ודיגיטל וייב מגדילות את היקף התרומות באמצעות קמפיין משולב של מגוון פורמטים בטאבולה

עזר מציון משתמשת בשירותיה של **טאבולה** זה זמן רב לפרסום קמפיין גיוס הכספים החצי-שנתי שלה. מטרתה העיקרית היא לעודד אנשים לתרום כסף ולתמוך במאמצי הארגון לסייע לאלה שנזקקים לשירותיו. העמותה גם שואפת להעלות את המודעות והמעורבות של קהלים שאינם תורמים, ולהניע אותם להפוך לתורמים פעילים בנקודת המגע הבאה.

עזר מציון ודיגיטל וייב נהנו מאז ומתמיד מתוצאות מרשימות מהקמפיינים הללו. באמצעות פרסום מודעות נייטיב ברשת הפאבלישרים הרחבה והאיכותית של **טאבולה**, הן הצליחו להגיע לקהלי יעד בסביבה בטוחה למותג.

כדי לקדם את קמפיין גיוס הכספים הנוכחי, **עזר מציון ודיגיטל וייב** נקטו באסטרטגיה המשלבת מגוון פורמטים של מודעות. תחילה, הם השיקו קמפיין תוכן ממומן שהוביל משתמשים אל כתבה בעמוד נחיתה. שם, אפשר היה ללמוד על דרכים להעברת תרומות שיסייעו לעמותה למצוא תורמי מח עצם. להשלמת קמפיין התוכן הממומן השתמשו **עזר מציון ודיגיטל וייב** בקמפיין Taboola Video, בשתי גרסאות של מודעות וידאו: סרטון אחד בן 15 שניות והאחר 30 שניות.

דיגיטל וייב עבדה בצמידות לצוות ניהול הלקוח בטאבולה כדי להחליט מתי לפרסם כל מודעה וכיצד ליצור את הקריאייטיב האופטימלי שיביא לתוצאות מקסימליות.