



Case Study



“Realize 帮助我们重新触达那些已经对产品表现出兴趣的用户，并在关键时刻促成转化。如今，Realize 平台的表现已与我们既有的核心效果渠道持平，这正是我们的衡量标准。同时，Taboola 团队在创意素材与定向优化方面提供的持续支持，帮助我们实现了 ROAS 的翻倍增长。”

- Tiffany, Olight, 主管

2X

通过持续优化
实现 ROAS 倍增

On par

与核心业绩指标/渠道
表现持平

Nearly

2X

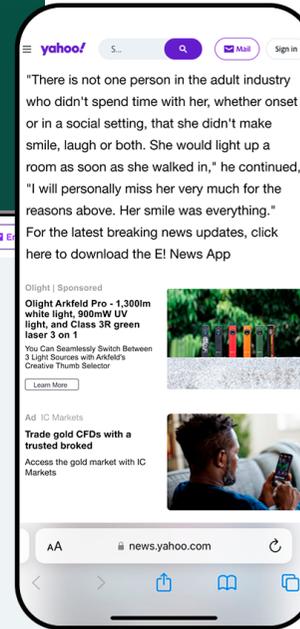
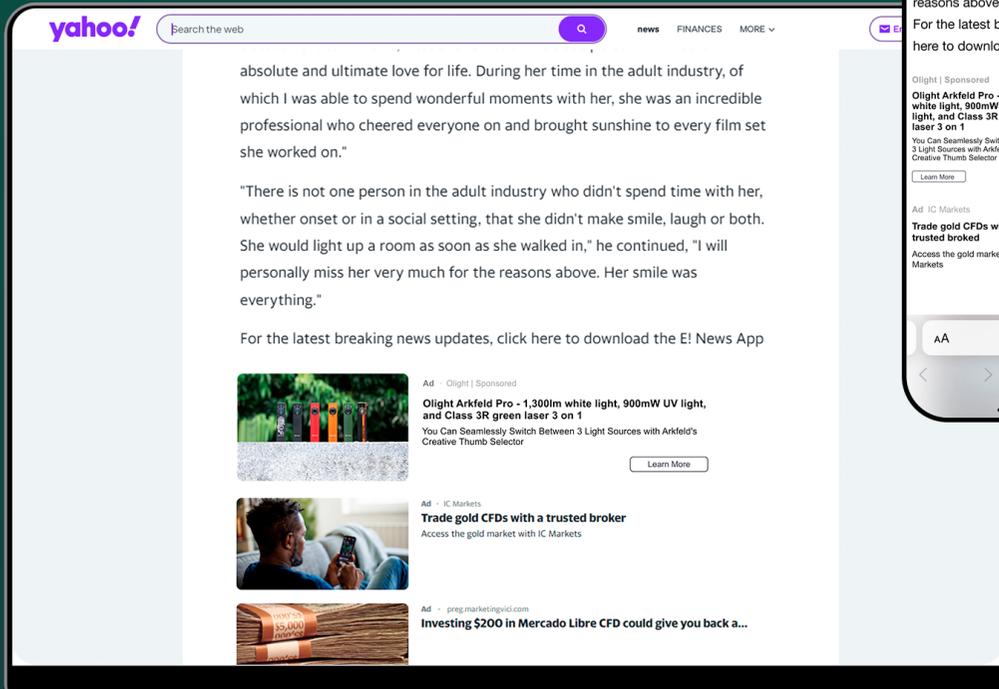
在大促及营销旺季
表现尤为显著



ROAS 翻倍增长: Olight 携手 Realize 打造精准再营销典范



Case Study



公司介绍

Olight 是全球领先的便携照明设备品牌, 主营产品涵盖 EDC手电、以及适用于户外场景的高性能战术级照明设备。

面临挑战

Olight 希望触达高购买意向用户, 并在搜索与社交平台投放效果逐渐出现边际回报递减的情况下, 突破现有渠道限制, 实现转化规模的进一步增长。

解决方案

Olight 通过 Realize 对曾访问其官网、产生加购或结账行为的高意向用户进行再营销, 通过基于 pixel 的数据追踪与受众分层, 实现高效再触达与转化提升。

合作成效

Olight 在营销高峰期实现了接近 2 倍的 ROAS。通过与 Taboola 客户经理的持续优化协作, 整体 ROAS 最终实现翻倍增长。如今, Realize 所带来的 ROI 已与 Olight 既有的核心高效投放渠道持平。

介绍

Olight 专注于便携照明产品的设计与制造, 产品涵盖 EDC 手电、户外探险及战术用途的便携式照明设备等。**Olight** 始终秉承“创新为本, 体验为纲, 客户为中心”的品牌承诺, 致力于成为全球领先的便携照明设备品牌, 凭借可靠耐用的产品品质, **Olight** 已赢得了广泛用户认可。

Olight 以对产品工艺的精益求精著称, 希望找到一个效果型渠道, 能够补充现有媒体组合并带来增量转化。随着搜索渠道的投放效果趋于饱和, **Realize** 帮助品牌发现并重新触达高意向用户, 取得了显著成效。





利用 Realize 再营销, 高效触达高意向买家

Olight 面临的核心挑战在于如何重新触达那些已表现出购买意向的用户, 包括浏览过产品、有过加购或发起结账行为但尚未完成购买的人群。这类高意向用户, 正是品牌在营销高峰期实现回报最大化的关键人群。

Olight 通过 **Taboola** 旗下 AI 驱动的效果型广告平台 **Realize**, 在开放网络中进行再营销投放, 借助优质的新闻媒体资源, 在搜索和社交平台之外重新连接这些已经对品牌产生兴趣的用户。

为了追踪并分层这些受众, **Olight** 在官网部署了 **Realize Pixel**, 这是一种用于捕捉用户行为及意图信号的追踪工具。借助 Pixel, **Olight** 可以根据用户的特定行为构建受众分组, 比如浏览产品页、加入购物车、开始结账、完成注册或访问网站。通过将投放重点放在已展现购买意向的用户上, **Olight** 在营销高峰期实现了投放效率的最大化。

通过持续优化, Olight 实现 ROAS 翻倍增长

Olight 的再营销策略取得了立竿见影的效果。在 **Realize** 投放期间, 其 ROAS 实现了接近 **2 倍的提升**。通过将高意向用户的再营销与带有紧迫感的促销活动相结合, 成功促成了已具购买意向用户的转化。

在整个投放过程中, **Olight** 与 **Taboola** 客户经理保持紧密协作, 持续测试素材优化与特定媒体定向策略。团队根据实时效果提供优化建议, Olight 快速执行调整。经过持续优化, **Olight 整体 ROAS 最终实现翻倍增长**。

如今, **Realize** 带来的投资回报率 (ROI) 已与 **Olight** 既有的高效投放渠道持平。这一表现使 **Realize** 成为 **Olight** 媒体组合中最具成效的渠道之一, 进一步证明 **Realize** 作为可以驱动效果增长的渠道, 展现出了与主流平台齐肩的价值。