



“כבר מההתחלה, טאבולה הבינו את הצרכים של eToro בתור מותג. יחד בנינו תוכנית חזקה ומדויקת שבה הגדרנו יעדי פרפורמנס ומיתוג, ותוך כדי שיתוף פעולה הדוק - עמדנו בכולם. הטכנולוגיה של טאבולה, מערכת היחסים החזקה בין החברות והשימוש בקריאייטיבים חכמים הובילו לתוצאות ולביסוס טאבולה כאחד מערוצי המדיה המרכזיים שלנו.”

עומר שדה, ראש צוות סושיאל ופרסום נייטיב, eToro;
ורותם משען, מנהלת קמפיינים שיווקיים, eToro

30%

מההרשמות הומרו
למשתמשים משלמים

40%

ירידה בעלות לאלף
חשיפות (CPM)

פייננס

**איך שיתוף פעולה עם טאבולה
עזר ל-eToro לבנות ערוץ מדיה
מוביל לפעילות פרפורמנס**



חברה

eToro היא פלטפורמה לניהול השקעות עבור משקיעים פרטיים המבוססת על רשת חברתית מקוונת.

אתגר

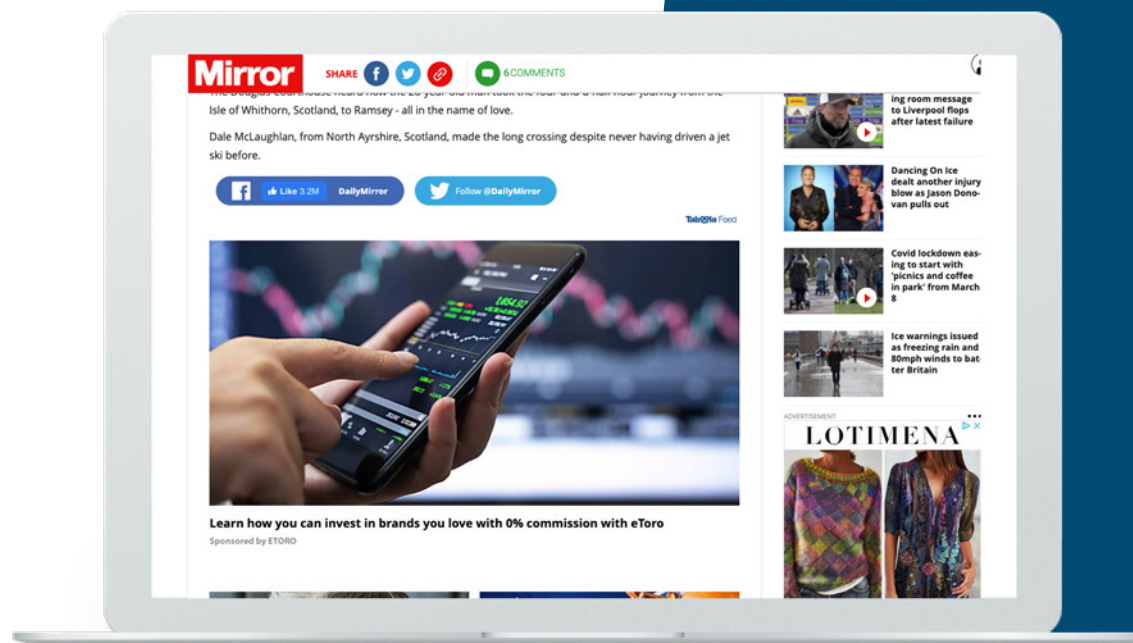
eToro חיפשו ערוץ מדיה חדש להרחבת פעילויות הפרפורמנס והמיתוג הגלובליות של החברה שיביא תוצאות איכותיות בסקייל רחב.

פתרון

יצירת תוכנית שנתית לקידום תוכן בהתאמה אישית הכולל סרטוני וידאו ועמודי נחיתה ייעודיים- ולטרגט את קהל היעד העיקרי של **eToro**.

תוצאות

יותר מ-30% מההרשמות הומרו למשתמשים משלמים, והעלות לאלף חשיפות (CPM) ירדה ב-40%. כך צוות **eToro** הצליח לפנות לקהל גדול יותר בשווקי היעד של החברה.



איטורו רואים שעם טאבולה 30% מההרשמות הומרו למשתמשים משלמים



הקדמה

המשימה של **eToro** היא לספק שווקים פיננסיים להמונים. כדי להגשים את החזון הזה, החברה מנהלת בלוג ויוצרת תוכן איכותי שמנגיש תובנות פיננסיות לאנשים בכל העולם.

כדי לחשוף יותר אנשים לתוכן הזה, פנתה **eToro לטאבולה**.

בתוך שנה אחת בלבד הפכה טאבולה לאחד מערוצי המדיה המובילים של eToro

במהלך השנה, ככל שהשותפות בין טאבולה ל-eToro צמחה, eToro הגדילו את המשאבים והתקציבים שהושקעו לטובת הקמפיינים בטאבולה והוסיפו אליהם מוצרים ומדינות חדשות. ההצלחה לא איחרה לבוא.

אחת המטרות העיקריות של eToro היא לעזור לאנשים לצבור ידע פיננסי. eToro פועלת ביותר מ-140 מדינות ברחבי העולם, והיקף החשיפה הגדול של טאבולה עזר לה להעביר את המסר שלה ברחבי אירופה, במדינות אסיה-פסיפיק ובארה"ב. eToro מתכננים להמשיך לצמוח, להתרחב למדינות נוספות ולהגדיל את בסיס המשתמשים שלהם בעזרת הפעילות המשותפת עם טאבולה.

בכוונת eToro להרחיב את שיתוף הפעולה עם טאבולה ולצרף מומחים חדשים לצוות השיווק האחראי לעבודה עם טאבולה. הצוות ימשיך להיעזר בטאבולה למינוף נתונים, לעבודת קריאייטיב וליצירת הזדמנויות חדשות ונהדרות במדינות היעד גם בשנים הבאות.

מפנייה רחבה למסרים בהתאמה אישית - כך הצליחה eToro לחשוף את המשתמשים הנכונים למסר הנכון

הפנייה הראשונית לקהל יעד רחב עזרה ל-eToro לצמצם את הטירגוט לקהלים הרלוונטיים ביותר, שאחר כך היו לקהלים הקבועים של החברה.

מאז, השתמשו eToro במגוון מיכולות הטירגוט של טאבולה - החל מריטרגטינג, לקהלים מומלצים (קהלי יעד שמניבים את הביצועים הטובים ביותר לפי הנתונים של טאבולה), קהלים קשובים (טאבולה מנתחת את התנהגות המשתמשים ומזהה משתמשים שמביעים עניין רב במוצר) ועוד.

בזכות הגישה הזו הצליחה eToro לחשוף את הקהלים הנכונים לתוכן הנכון ולעמוד ביעדים - ואף לעבור אותם - רבעון אחר רבעון.

נוסף על כך, צוות eToro קיבל ליווי צמוד מטאבולה קריאייטיב שופ. טאבולה קריאייטיב שופ ממנפת נתונים ממאות אלפי קמפיינים מצליחים שרצו ברחבי אתרי הפאבלישרים המובילים של טאבולה, וגם מאלפי בדיקות A/B עדכניות. כדי להפיק תוצאות ממאגר הנתונים העצום הזה, לטאבולה צוות של אנליסטים, מנהלי תוכן, קופירייטרים, מעצבים גרפיים ועורכי וידאו שמטרתם לסייע למותגים עם אסטרטגיות תוכן וחומרים שיזניקו את ביצועי הפרסום שלהם, פרפורמנס או מיתוג, ויניבו תוצאות בשטח.

יחד עם טאבולה קריאייטיב שופ, יצרו eToro חומרי פרסום מבוססי דאטה אשר היו רלוונטיים, עדכניים ומדויקים עבור מטרותיהם.