



Mobile Generation



קבוצת לובינסקי
Lubinski Group

“רכישת רכב נובעת מהחלטה רגשית, ותוכן נכון תומך ברגשות אלו והוא זה שמניע אותם לפעולה. עם טאבולה, הצלחנו להציג את התוכן שלנו לצרכנים הנכונים ברחבי אתרי תוכן מובילים, והתוצאות שקיבלנו היו מדהימות.”

-מאור קגן, מנהל הדיגיטל, לובינסקי

40

רכבים נמכרו בחודשיים וחצי
ישירות דרך טאבולה בלבד

x4

עלות נמוכה לליד
בהשוואה לערוצי טראפיק אחרים

30%

מהלידים הומרו לפגישות

x7.7

שיפור ביחס פגישה להזמנה
בהשוואה לערוצי טראפיק אחרים



ריטייל

**לובינסקי מוכרת 40 רכבי MG
חשמליים בחודשיים וחצי
בלבד בעזרת טאבולה**

חברה

קבוצת לובינסקי היא אחת מיבואניות הרכב הוותיקות והגדולות ביותר בישראל.

אתגר

להגיע לדיוק מירבי של צרכנים פוטנציאליים, בעלי כוונה ורצון לרכוש רכב חשמלי, על מנת להגדיל את המודעות והתעניינות ברכבים חשמליים מבית MG.

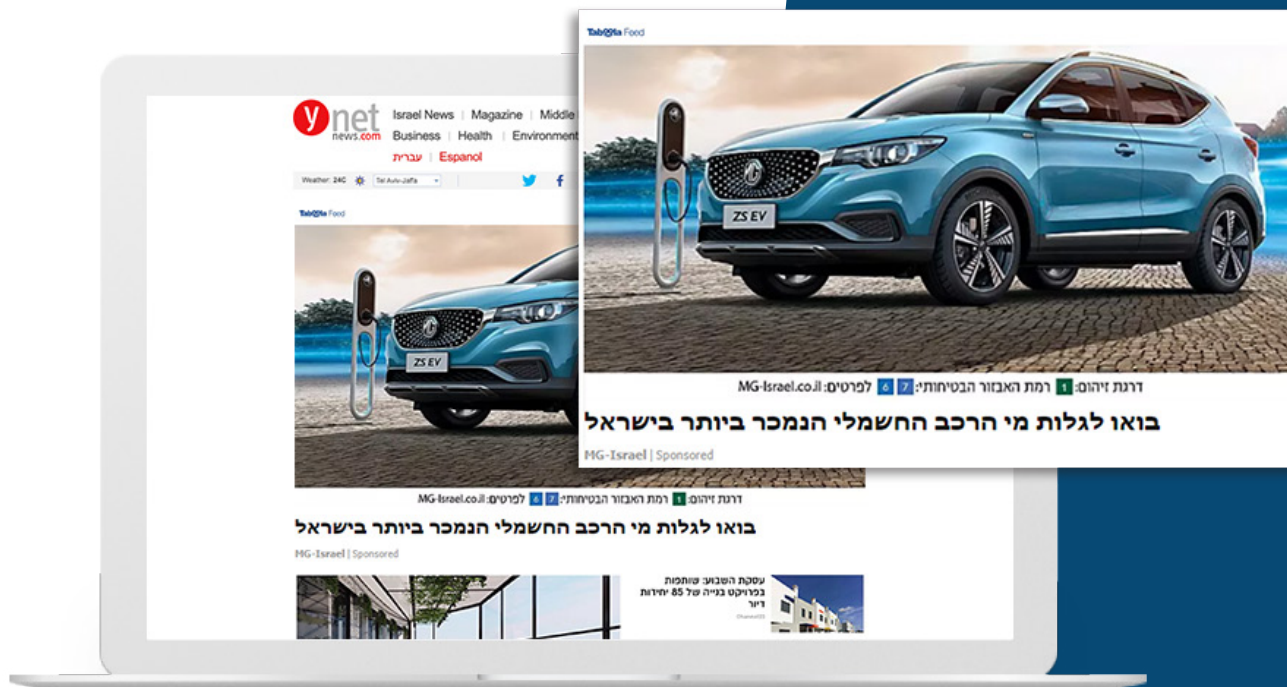
פתרון

שימוש בקמפיין תוכן ממומן של טאבולה כדי להגיע לצרכני רכב בקנה מידה נרחב באתרי תוכן מובילים בארץ.

תוצאות

בעזרת טאבולה, מכרה לובינסקי בחודשיים וחצי כ-40 רכבים בעלות נמוכה לליד ובשיעור המרה גבוה עבור מדדים שונים.

קבוצת לובינסקי מגיעה להיקף רחב של צרכני רכב פוטנציאליים באתרי תוכן מובילים





הקדמה

קבוצת לובינסקי היא אחת מיבואניות הרכב הוותיקות והגדולות בישראל. בזכות חזון פורץ דרך והתנהלות יציבה ומוערכת, **קבוצת לובינסקי** מובילה בשוק הרכב הישראלי כבר למעלה מ-80 שנה, מייבאת ומוכרת מותגים כמו MG, אופל, סיטרואן, פיג'ו ועוד.

תעשיית הרכב עדיין יחסית שמרנית. **קבוצת לובינסקי** החלה את שירותי האונליין עוד ב-2018 והקורונה תרמה לזירוז ההליך הדיגיטלי. עם תחילת משבר הקורונה, היה ברור לקבוצה שעליהם ללמוד דפוסי התנהגות חדשים ולהתאים את האסטרטגיה שלהם לעולם הדיגיטלי על מנת לספק לצרכנים הפוטנציאליים חווית קנייה בטוחה, נוחה ויעילה. הקבוצה היתה הראשונה בתעשיית הרכב הישראלי לאמץ גישה זו והיו חלוצי דרך עבור מותגים נוספים.

קבוצת לובינסקי נהנית מתנועת גולשים איכותית ושיעורי המרה גבוהים באמצעות טאבולה

מכלל הלידים שייצרה טאבולה עבור קבוצת לובינסקי, 30% הומרו לפגישות. יחס הפגישה להזמנה, היה גבוה פי 7.7 בהשוואה לערוצי טראפיק אחרים. שיעורי ההמרה הגבוהים הם תוצאה של טראפיק איכותי בנפח גבוה.

כדי לוודא שהקמפיין מגיע ללקוחות הנכונים השתמשה קבוצת לובינסקי ב-Smartbid, כלי בדינג אוטומטי העושה שימוש בדאטה של טאבולה על מנת למקסם את אפקטיביות הקמפיין. Smartbid אפשר לטאבולה להתאים את התוכן לאותם היוזרים שהאלגוריתם צופה שיהיה בעלי אחוז המרה גבוה, וכך עזרה טאבולה לקבוצת לובינסקי למקסם את מספר ההמרות על סמך יעדי הקמפיין.

כדי לעקוב אחר ההצלחה של קבוצת לובינסקי השתמשה Web3 by BLUE, סוכנות השיווק הדיגיטלי שלה, ב-Taboola Pixel, שאפשר לה להבין את הפעולות שהגולשים מבצעים באתר ולבצע אופטימיזציה של הקמפיינים השיווקיים לפעולות המבוקשות.

קבוצת לובינסקי חיפשה דרך להגביר את ההתעניינות ברכבים החשמליים של MG אותם הם משווקים. בעבודה משותפת עם טאבולה, הצליחה הקבוצה להגיע להיקף רחב של צרכנים המתעניינים ברכישת רכב, במגוון אתרי תוכן מובילים בישראל.

עם קמפיין תוכן ממומן, הובילה קבוצת לובינסקי את הצרכנים המתעניינים לעמוד נחיתה שכלל שני כפתורי הנעה לפעולה: "תאם נסיעת מבחן" ו-"קנה אונליין", זאת על מנת לתת מענה עבור שתי רמות ההתעניינות האפשריות של הלקוח הפוטנציאלי.

חווית הלקוח אפשרה תיאום נסיעת מבחן בכמה קליקים מהירים. לאחר תיאום נסיעת המבחן, הגיע נציג של קבוצת לובינסקי לבית הלקוח, לנסיעת מבחן.

עם תום נסיעת המבחן באפשרות הלקוח לרכוש את המכונית במקום או להשלים את הרכישה המקוונת במועד אחר. תהליך רכישה חדשני זה התאים למוטג MG המייצג קדמה.

במשך חודשיים וחצי, באמצעות טאבולה מכרה קבוצת לובינסקי כ-40 מכוניות חשמליות, תיאמה 101 נסיעות מבחן ושלחה 58 הצעות מחיר.