

Brooklinen利用Outbrain的Lookalikes CPA降低了50%



Brooklinen是由一对居住在布鲁克林的夫妇创建的，主要用于出售一些价格便宜、样式好看且极为舒适的床品。在过去的2年里，他们采用直销模式的销售额以每年10倍的速度增长。

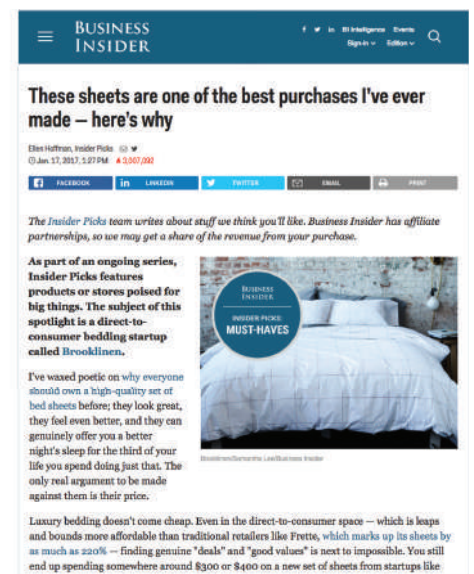
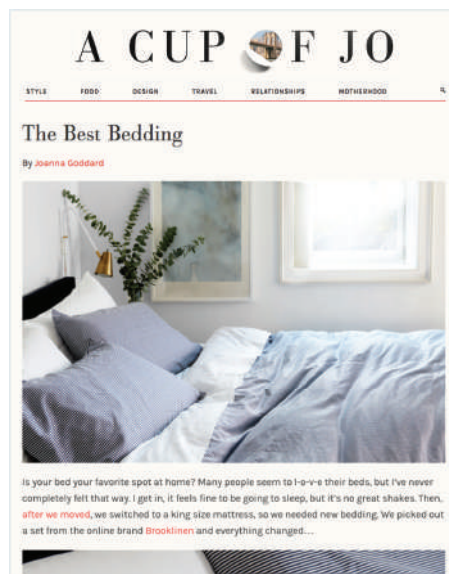
概况

Brooklinen定位于找到喜欢其产品并且会进行购买的新客户。Outbrain利用自身优质的发布网络将Brooklinen的自有、免费和付费内容在所有设备上精准推送，成功为该品牌吸引到了成千上万的新的独立访客，增加了邮件订阅量，同时推动了销售量的增加。Brooklinen利用了Outbrain全系列的高级定位工具，用于提高转化率并持续扩大规模。

解决方案

Brooklinen使用Custom Audiences和Story Sequencing向那些浏览过自己品牌但未下单的用户再次发送信息。此外，Brooklinen还甄选特定的媒体板块和地区，从而保证其内容能够被合适的受众看到。

Outbrain的Lookalike功能也被Brooklinen用于吸引具有与现有客户类似的消费内容的新用户。为了做到这一点，Outbrain根据Brooklinen现有的客户群体以及从Brooklinen确认页获取的pixel信息创立了一个Lookalike模型。该模型可利用效果最优的标题和图片来定位Lookalike受众。免费媒体在转化这些新的“lookalike用户”时十分有效。





感受

“Outbrain的团队不断地为我们带来了拓展上层营销漏斗的崭新机会。能够根据用户的人口统计情况、位置、相似受众、兴趣来进行定位，终于使得我们能够清楚地知道我们应该在什么时间向什么人推送什么内容。”

Brooklinen总经理, Justin Lapidus说道。

结果

事实证明, Outbrain是一个非常宝贵的渠道, 能够为Brooklinen带来新客户并帮助其实现规模的扩大。在同一天内, 与社交平台相比, Outbrain带来的流量的转化率高出15%, CPC也低了3倍。

此外, 桌面端Lookalike受众的表现要优于全网络泛投campaign和垂直领域获客campaign。相比于Outbrain标准campaign, Lookalike受众的CVR要高出2.2倍, 且CPA要低出50%。

一天内, 相比于社交平台, Outbrain的用户转化率要高15%。

相比于使用社交平台的相似的营销活动, Outbrain的CPC要低3倍。

相比于Outbrain标准campaign, 桌面端Lookalike的CVR要高出2.2倍。

相比于标准Outbrain campaign, 桌面端Lookalike的CPA要低50%。