

Booking.com使用不同落地页 测试原生内容广告效果



Booking.com

目标

注册完成率

垂直领域

旅行

解决方案

Discovery/ Outbrain
Amplify

概况

Booking.com是一家致力于旅行票价信息整合及住宿信息搜索的网站,旨在为旅行者在体会世界之美的过程中提供便利服务。2017年,Booking.com对其自身的业务范围进行了扩展,加入了酒店附近的假期房屋租赁服务,这一举措为公司在房屋和公寓租赁领域的发展带来了巨大的成长机会。Outbrain作为其关键的用户获取合作伙伴,帮助Booking.com逐步在全球范围内增加业主的注册率。

起初,Booking.com直接将原本用于付费搜索引擎的落地页直接用于Outbrain广告平台中,结果导致大量访客仅完成了注册的第一步(输入电子邮箱),便止步于此,而没有继续完成整个流程,直至注册成功。

Outbrain小组开始着手于提升Outbrain受众点击广告及完成25%注册和100%注册的成功率。小组为Booking.com打造了三种不同的落地页,同时建议Booking.com在页面上加入“验证点”模块,例如客户评价及奖励模式,并添加动态显示“您可以赚多少钱”的功能,可以帮助不同地区的业主得出每周的预计收入。

结果

在对Outbrain Amplify的使用进行了为期2周的内部A/B测试后,Booking.com明显发现完成注册流程25%的访客人数,及完成整个注册流程的并将自己的房产挂在Booking.com进行出租的业主人数大大增加。这证明以原生广告为基础,向用户叙述一个故事使其身处其中的落地页可以促进用户考虑意向和购买意向的增加。

此外,Booking.com每次注册的单一成本也显著降低,从而使得媒体成本效率大大提高。

完成整个注册流程
业主的CVR增加了
35%

完成25%注册流程
业主的CVR增加了
14%

