

# Grab在新加坡市场如何使用Outbrain 获取更多用户和提高投资回报率



## 功能

Outbrain Amplify  
绩效优化功能

## 垂直领域

互联网

## 目标

- 成为一名Grab司机所需的认知和学习
- 转化:在符合每次转化费用目标范围内实现新司机的招募

## 背景介绍

Grab利用其数据和技术,从交通到支付覆盖6.2亿人口的一切领域。2012年Grab仅是一个叫车应用,但现在已经扩展到包括私家车服务(JustGrab, GrabCar & GrabShare)、摩托车出租车(GrabBike)、社交拼车(GrabHitch)、最后一英里快递(last mile delivery, GrabExpress)以及移动支付服务(GrabPay)。目前服务于新加坡、印度尼西亚、菲律宾、马来西亚、泰国、越南、缅甸和柬埔寨;公司在新加坡、西雅图、北京、班加罗尔、雅加达和越南设有研发中心。

## 挑战

Grab Singapore试图从其服务的受众中找到可以定期招募到新司机的方法,其招募范围包括退休人员到在校学生

1. 规模方面:新加坡市场规模的限制及司机数量的饱和;
2. 效率方面:新加坡本土媒体市场的价格高昂且双寡头垄断的激烈竞争导致其他媒体平台价格的上涨;
3. 增长方面:传统的“下游漏斗”转化渠道,例如搜索引擎营销(SEM),在吸引更多潜在客户和投资回报率方面受到较大限制;
4. 质量方面:合格潜在客户的转化率较高

最终,Grab不得不开始通过付费数字媒体最大程度上地利用下游漏斗的部分,此外Grab需要找到新的渠道与潜在的司机进行交流。这些潜在司机对于线上操作的形式还刚刚处于发现和学习的阶段,因此确保信息能够及时向目标受众进行传达是十分重要的,比如想要加入Grab的司机并未要求拥有私人车辆。

## 解决方案

通过Outbrain,将DRIVE的概念用作策略:

发现:Grab能够在“发现”时刻便吸引住其受众,因此能够在他们尚处于“搜索前”阶段时,特别是还未下定决心前对其施加影响,从而获取更多机会。

丰富、优质的环境:通过Outbrain,Grab每月都能够访问新加坡本地高级用户环境中84%的活跃独立用户。这使得他们可以得知这些用户最感兴趣的网站是什么,同时允许其根据每周或每天时间的不同来进行优化。

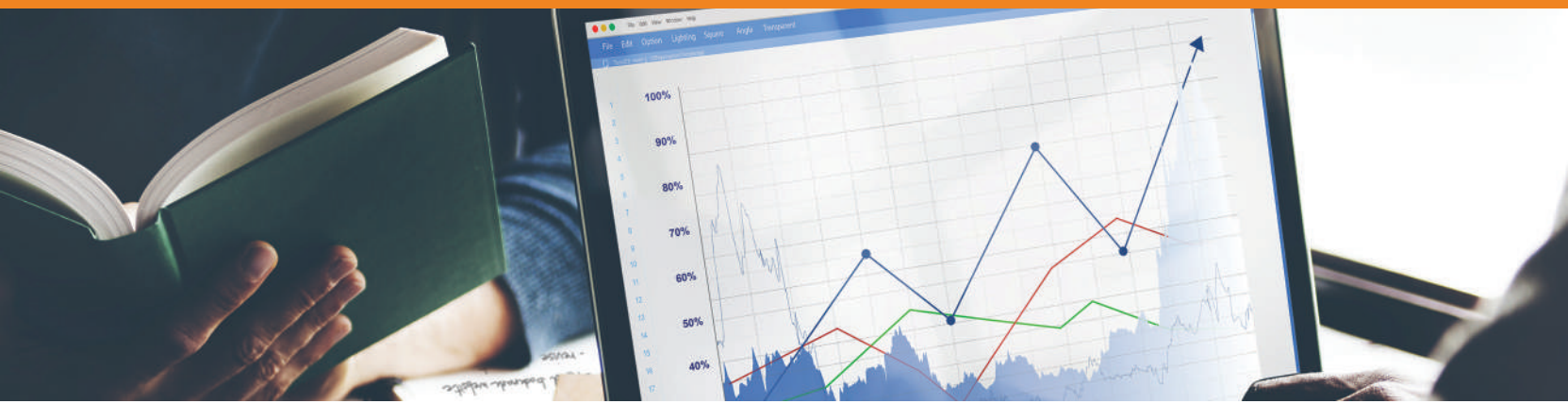
兴趣数据:Outbrain提供的个人兴趣档案数据可以帮助Grab找到那些对其内容、产品或应用感兴趣的目标受众。

价值:为了增加转化率,Grab必须构建起针对转化率进行优化的强有效的CTA(Calls to action)来丰富其落地页,从而为整个过程增值。Grab为此建立起了两个专用于新加坡市场的落地页,一个是收入预算计算器,另一个是司机的信息博客。

效果:由于Outbrain采用的是点击付费(CPC)购买模式,其产生的内容可用作最终的过滤机制,确保潜在合格客户只会点击到他们真正感兴趣的图片和标题。重要的是,所使用的这些图片要能抓住目标受众的喜好同时要经常进行刷新,避免受众的视觉疲劳。”

\*Internal Reporting

2017年营销卓越奖绩效营销类获奖者



## 解决方案

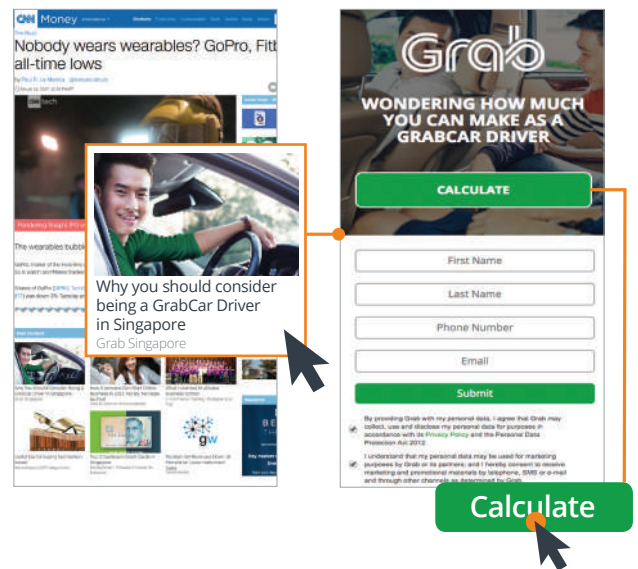
为了实现本次campaign目标所涉及的认知、学习和转化率三个方面，Grab在Singapore通过其代理机构Mindshare使用了Outbrain——一个世界领先的优质本地内容发现平台。在新加坡每天都有约900万条广告出现在提供优质本地内容的平台上，比如SPH和MediaCorp,而Outbrain可以提供每秒访问超过80,000个数据的信号池的服务，从而更好地为线上用户做出相关推荐。为了实现这些目标，在2017年第二季度底到第三季度，广告主制定了一个“两步走”计划。

### 认知 & 学习

**第一步:** Outbrain通过将大众导向Grab的司机博客页面，提升大众对于Grab究竟是什么、如何使用以及成为一名Grab司机的好处的认知度。超过30份照片、标题和信息来源的组合使得Outbrain的算法可以不断向结果的最优进行优化，其素材内容每月进行一次更新，标题的内容主要针对于消费能力较低的学生和近期经济较为窘迫的人。利用Outbrain的兴趣档案数据和点击付费 (CPC) 模型可以帮助Grab有效地向漏斗模型中部推进，吸引更多的潜在合格用户。Outbrain在Grab司机招募的落地页上设置了其通用的pixel,用于激活在第二阶段所需的受众数据。尽管转化并不是本次活动的主要目标，但还是对转化的情况进行了跟踪。

### 转化

**第二步:** Outbrain被用于计算成为一名Grab司机可以获得多少收入，即预期收入计算工具——计算器。该落地页上同样设置了Outbrain的通用pixel。通过Outbrain的多重转化 (Multiple Conversion) 功能还可以跟踪已启动但未完成操作的潜在客户。相似受众Outbrain为Grab构建了一个种子段 (seed segment)，主要根据那些已经从一阶段转入二阶段到达感谢页面的线上用户数据，然后，Outbrain的这一相似功能被用于识别类似的受众。第1阶段或第2阶段都设置访客找回，所有已到达司机博客页面和收入计算器页面但尚未转化的用户的cookie都被重新定向投放。为了避免浪费，所有已经转化的用户在这一阶段都被排除了。



## 结果

### 增长及规模

CPA与整体CPA基准相比降低3倍

### Quality

通过访客找回策略将转化率提高2.5倍

在整个campaign中保证CTR高于平均值20%

### Efficiency

CPC低于平均值17%

CPA比营销活动目标低10%

通过访客找回策略将CPA减少38%