



Clarity Money

Liftoff使Clarity Money的用户激活量增加了13%

挑战

[Clarity Money](#)是一款金融应用程序，通过帮用户发现浪费性账户（并取消账户）、降低账单、提供免费信用评分、寻找信用卡和其他金融服务优惠等方式来让用户控制其金融生活。Clarity Money联系Liftoff帮助其完成iOS平台上的美国用户收购工作，其目标是在CPI和CPA范围内增加应用安装量和新账户激活量。

解决方案



解决方案 活动一开始，Clarity Money就提供了对活动目标的清晰认识，并绘制出从安装应用、创建账户到关联现有财务账户的用户流。有了关联的财务账户作为衡量成功的主要标准，Liftoff对活动目标以及需优化的应用内

事件形成了清晰的了解。

系列广告创意，在Liftoff机器学习（ML）平台的快速测试和建模驱动下，初步探索阶段开始了。一段时间过后，ML平台生成了最有可能安装、注册并关联财务账户至Clarity Money应用程序的用户档案资料——这是衡量成功的关键。

Liftoff开始仅针对这些相似受众群体投放广告，优化安装并最终优化关联帐户的用户。与此同时，Liftoff对广告创意进行了多次A/B测试。

接下来，所有相关的回传数据都被从领先的移动应用程序跟踪和归因分析平台[AppsFlyer](#)发送至Liftoff。接下来，利用Liftoff设计的回传数据和一

“我与Liftoff的合作经历非常棒。我认为Liftoff绝对是顶级平台之一，并且团队的友善协作是无与伦比的。Liftoff非常了解这一空间，并且我也经常依靠他们获得一些BI。”

——Clarity Money首席战略官Marc Atiyeh。



结果

Clarity Money活动从一开始就表现良好。在探索阶段结束后，CPA和CPI仍保持在目标范围内，这使得Liftoff能够专注于扩大活动范围，增加最有可能在应用程序中关联财务账户的用户安装量。

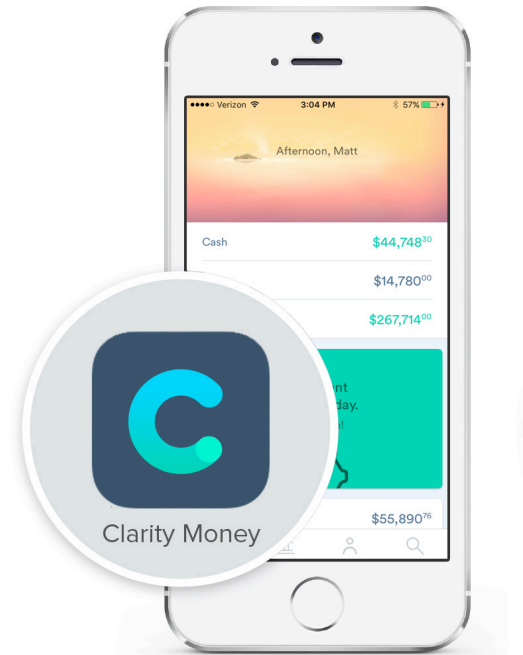
我们在创意方面也取得了巨大的绩效提升。Liftoff运用动态广告生成了可反映用户操作系统、设备大小和位置的高度个性化广告，从而提供高品质的广告体验。动态广告也进行了A/B测试，确保始终使用效果最佳的广告素材。

有了Clarity Money的广告创意，有效设计的常识被证明是真实有效的：保持简单性，突出产品核心优势，并使用最高分辨率图像可达到最佳效果。最重要的收获是应用程序内部的一个简单图表中即可胜过所有其它广告变化形式——在一种情况下甚至带来了高达381%的CPI提升。

在所有渠道运行的强大ML平台以及对广告创意的持续A/B测试带来了显著的成效：

- 应用安装量增加了18.6%
- 安装后活动（关联账户）增加了13%
- 平均每日广告支出增加了35.9%

平均每日广告支出的增加代表着广告活动表现良好，Clarity Money希望和值得信赖的合作伙伴Liftoff携手来扩大广告活动。- Clarity Money团队已经在六个月内实现了400,000用户的大幅增长，并计划在过去的成功基础上继续前进。通过目前为止的创意学习，他们期待在其广告中测试更多应用内图像来真正体现应用程序的价值主张。



Clarity Money

金融应用程序Clarity Money通过提供取消浪费性账户、降低账单、获得更好优惠及管理用户财务的四合一免费服务来帮助用户控制自己的财务状况。他们认为消费者应该拥有一个以其利益为先并在财务生活中为其提供透明度的倡导者。

- 成立于2016年
- 总部位于纽约苏豪区