



# 今日美国借助Liftoff将应用打开量提升了386%

## 挑战

今日美国是一家全国性媒体公司，在纸媒、数字、社交和视频平台上发布新闻和娱乐内容。今日美国的新闻网站在其所有数字平台（包括其免费手机应用）上每月可覆盖超过8,500万独立访问者。

为进一步扩大其移动应用的覆盖率，今日美国选择了Liftoff来帮助其在美国进行针对安卓系统手机用户的获取活动。今日美国想通过该活动在其CPI目标内获取将会下载并使用其免费移动应用、推动新应用安装及提升应用打开量的符合资格消费者。

## 解决方案



第一步是通过移动互动和应用跟踪平台 [Localytics](#) 收到所有相关回传数据。该团队跟踪了应用点击量、装量和打开量，其总体目标是推动安装并保持

CPI目标。

一旦回传数据和跟踪就位，Liftoff的创意团队就从今日美国接获指令，对广告格式和大小进行了多种A/B创意测试。活动着重于推动该应用积极使用者的大规模高质量安装，真正实现了优化广告创意的效果。创意测试主要围绕横幅广告和插页式广告。A/B测试包括对副本、动画、标志变体和文字广告进行测试以找到最佳的创意组合。Liftoff团队还在今日美

国推广了各种标题、主题和文章，以确定哪些主题与潜在应用安装者是最相符的。

最后，Liftoff在所有主要广告网络和交流平台上运行多种广告，使其出现在合适的人群面前。向潜在新闻读者投放广告，重点是快速测试多种创意素材，以确保使用最有效的广告素材，不断提升广告活动的效果。

“Liftoff团队对我们公司业务的积极关注和兴趣一直令我印象深刻。他们能够真正理解我的目标，不断优化广告活动，从而令我的团队实现了非常好的成绩。”

——今日美国高级营销经理 · Liz Carboni



## 结果

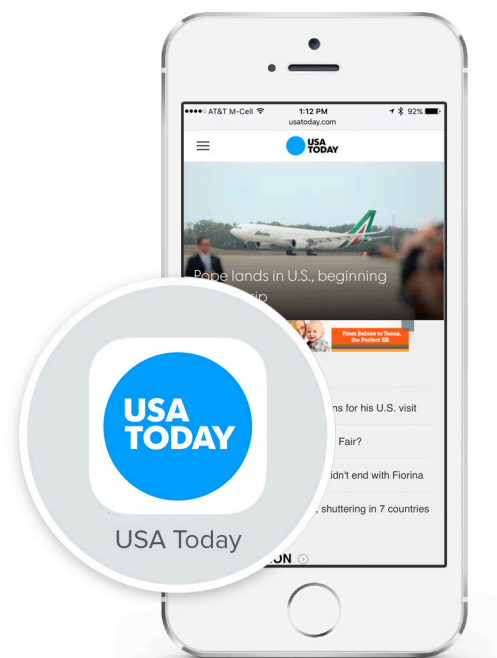
今日美国的广告活动取得了成功，业绩表现极佳。通过测试今日美国内容的各种主题和标题，Liftoff团队能够确定整个活动中进行的趋势。在一项测试中，相比于某针对国际知名音乐人的广告，一个以政治为主题的广告令安装量有了79%的提升。这种洞察力不仅有助于Liftoff取得活动成果，也帮助了今日美国优化其他广告策略。

其他富有成效的活动包括对今日美国品牌广告和非品牌广告进行了对比测试。显然今日美国的品牌占有更大的比重。在某种情况下，品牌广告的安装量比非品牌广告高53%。

活动的目标是增加应用的安装量和打开量，且其成果超出了预期。与最初四周试点相比，活动期间的优化创意将应用打开量提升了386%。其他积极的广告表现结果包括：

- CPA减少了56.8%
- 应用安装量增加了107.3%
- 应用打开量增加了386%
- ITA增加了134.4%

在达成并超出了广告活动的原目标后，今日美国计划测试更多的广告创意，评估更细致的安装后活动并探索再营销广告活动。



## USA Today

今日美国是一家多平台新闻媒体公司。通过其旗下报纸、网站和移动平台，今日美国每天连接数百万读者，参与全国讨论。

- 创立于1982年
- 总部位于弗吉尼亚州麦克林 (McLean, VA)