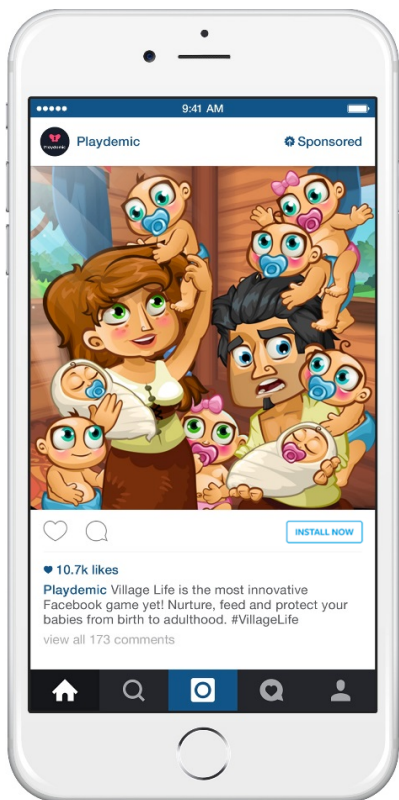




## 创意用心，游戏不止

欧洲最大的移动游戏公司之一 Playdemic，借助 Instagram 推广其广受欢迎的游戏力作《Village Life》，以此提升知名度，促进安装量。



60%

点击率 (CTR) 比其他  
社交媒体平台高 60%

50%

单次安装费用 (CPI)  
比其他平台低 50%

25%

收入增加 25%

品牌故事

### 大众化的移动游戏

Playdemic 是欧洲最大的移动游戏公司之一。自 2010 年开始为全球玩家开发休闲策略类游戏，其中更包括《Village Life》和《Gang Nations》这样的佳作。近年来，公司一直稳步成长，致力于为全球各地的移动游戏玩家奉献与众不同而又经久不衰的游戏。

品牌目标

### 测试、定位、安装

在 Instagram 上完成一次成功的品牌营销活动后，Playdemic 迫切想要在 Instagram 这一新兴的天然直效营销平台测试移动应用安装广告。Playdemic 想要覆盖新的受众，让他们了解公司别出心裁的游戏的价值，例如《Village Life》。

解决方案

### 创意致胜、表达明晰

使用单图应用安装广告，Playdemic 得以充分利用优化竞价 (oCPM)、行动号召和组合定位选项。其中包括基于现有游戏和玩家数据库创建类似受众，同时排除已经下载游戏的受众。

广告技术的精妙运用，配合创意制作策略，确保了游戏的核心主题始终能以一种清晰、有趣而又富有娱乐性地方式呈现。例如在《Village Life》的广告中，就完美体现了爱情和家庭的主题元素。这样有助于快速有力地传播游戏的价值主张，让游戏从用户的各种动态内容中脱颖而出。

此次营销活动取得了显著效果，相比其他平台，单次安装费用低 50%，点击率高 60%，同时收入增加 25%。这些优异成果证明，强大的创意结合细致的受众定位是在 Instagram 平台获得广覆盖率、低单次安装费用和高投资回报的关键。

现在，Playdemic 非常期待能在 Instagram 扩大宣传范围，并渴望推而广之，运用到公司的其他游戏营销活动中去。

自从在 Instagram 投放广告以来，我们的单次安装费用比其他平台广告低 50% 以下，但仍然赢得了高质量的用户群体。点击率几乎是我们其他社交平台广告的一倍，而 7 天的创收成绩目前也高于所有其他的用户获取渠道。

James Woodmansey  
用户获取总监  
Playdemic LTD