

Case study

MeetMe 与 MoPub 合作， 切换至单广告视图，使 CPM 翻倍

挑战

宾夕法尼亚州的移动应用开发者 MeetMe, Inc. 为 iOS 和安卓开发了备受好评的社交网络应用，将世界各地具有类似兴趣的用户连接在一起。公司深知，要提高其 CPM 和收入，就需要提高点击率。由于广告商会为高质量媒体支付更高的费用，高点击率可能意味着高 CPM。

MeetMe 与 MoPub 的客户服务团队一道发现，MeetMe 应用中的广告并没有给予用户足够的参与与广告互动的机会。应用的每个栏目均放置了不同的移动广告条，在用户从应用的一个栏目导航至另一栏目时，将加载新的广告展示，从而降低了点击率。MeetMe 已经具备高绩效的基础条件，数以百万计的 MeetMe 用户每月都在使用应用程序。目前只需要提高点击率，CPM 和收入目标的实现便指日可待。

Results

翻倍

CPM

83%

将点击率提高了



收入增加

关于 MeetMe

- iOS - 十大社交网络应用
- 安卓 - 100强社交应用
- 4.2星，700000条以上评论
- 1亿多用户
- 全球

目标

- 赢得更高的移动流量 CPM
- 提高移动广告的点击率
- 提高收入

解决方案

为了提高 MeetMe 的收入，MoPub 的客户服务团队仔细评估了 MeetMe 的需求并提出了解决方案，为用户提供更多的时间参与每次广告展示 - 被称为Singleton单例方法。采用Singleton单例方法时，广告请求是根据刷新率（在 MoPub 用户界面中预先设置）发送，而不是用户每次在屏幕之间切换时发送。MeetMe 最初对于是否实施 Singleton单例广告位犹豫不决，因为发送更少的广告请求意味着降低展示量，但在 MoPub 团队的鼓励和现场支持下，MeetMe 决定针对一小部分用户对该方法进行测试。在 MeetMe 发现这一测试组的点击率较高之后，他们很快就将 Singleton单例广告推广至所有用户。

Singleton单例方法除了提高收入之外，还将应用内广告位数量由36个减少至1个，为 MeetMe 管理日常广告运作节省了时间。有了Singleton单例广告位，MeetMe 可以在很短的时间内管理广告商的广告位需求。

“MoPub 的现场支持有助于我们转向Singleton单例方法 - 因为在实施的过程中，我们简化了广告运作和产品开发，同时显著提高了收入。”

- MeetMe, Inc. 广告运作副总裁 Nick Hermansader

成效

MeetMe 使用 MoPub 切换至 Singleton 单例广告位，在一个月内使其展示流量 CPM 翻了一倍。这种切换提高了广告商的转化率，大大增加了 MeetMe 流量的价值，进而促进其点击率飙升约 83%。MeetMe 发现，尽管展示量下降了 30% - 被普遍误解为失去收入机会的指标 - 在将他们的重点转移到提高点击率之后，他们实际上能赢得比其原有策略更高的 eCPM。

如今，MeetMe 与其移动变现专家客户小组紧密合作，根据适合其独特需求的创新建议，持续优化其收入策略。



不同屏幕上的相同广告视图，最大限度地利用了屏幕上的时间

MoPub 为 Twitter 旗下公司，是值得信赖的移动流量变现平台，推动着移动应用开发者的收入高增长策略。MoPub 的平台结合了强大的广告投放、灵活的网络中介流、丰富的广告格式，以及最大的广告商来源之一——MoPub 广告市场，确保开发者能赚取更多收入。MoPub 广告市场让需求方平台（DSP）等买方可通过强大的接口、严格的供货质量控制措施和透明的竞价过程，在移动应用中覆盖优质受众，为移动开发者提供无与伦比的计划性收入和高度相关的广告。MoPub 世界一流的服务和多年经验的专业知识让开发者和 DSP 受益匪浅，意识到发展业务的同时还需适应不断变化的需求。