

Free Now 在倫敦提升車輛共乘 App 的知名度

客戶成功案例

客戶

Free Now

廣告代理商

The7Stars

方法

數位家外廣告、客製化解決方案



在競爭激烈的市場環境中提升品牌知名度

作為一家相對新的車輛共乘公司，Free Now 希望提高倫敦地鐵乘客心中的品牌知名度。

Free Now 及其廣告代理商 The7Stars 決定執行一個數位家外廣告 (digital out-of-home, DOOH) 活動，讓倫敦各個地鐵站的乘客在最需要計程車的時候，將品牌訊息曝光在他們面前。他們透過與 The Trade Desk 的合作，了解可以運用哪些數據觸發條件，並在適合的時間觸及目標受眾，以極大化媒體投資的影響力。

廣告投放成效



31%

品牌知名度提升

在地鐵服務中斷期間觸及目標受眾

The7Stars 首先確定了地鐵乘客最需要計程車的時間，他們發現地鐵延誤及取消是導致通勤者尋找替代交通方式的關鍵時刻。

為了確保他們能夠即時獲取與地鐵服務相關更新，The7Stars 需要一個客製化的廣告解決方案。The7Stars 與我們的客製化方案團隊合作，從倫敦交通局 (Transport for London, TFL) 自動提取公開透明且可使用的資料，包含地鐵延誤、取消和受影響車站的訊息。

緊接著，The7Stars 在我們的平台上建立了包含數位家外廣告版位的私有廣告交易市場 (PMP)，每項交易皆針對倫敦地鐵線路附近的廣告螢幕進行定位。透過來自倫敦交通局的地鐵服務更新當作觸發條件，自動開啟正經歷地鐵服務中斷的 PMP 交易，維持每15分鐘刷新定位，以保持相關性並提升效率。

透過創新策略實現廣告活動的成功

在受服務中斷影響的地鐵站，透過動態品牌廣告投遞，Free Now 能夠在通勤者最需要計程車的時刻觸及到他們。根據YouGov的品牌研究，該廣告活動使共乘品牌的知名度提高了31%。

由於績效強勁，The7Stars 計劃在其他廣告活動中採用類似的解決方案。