

為倫敦共乘應用程式 Free Now 提高知名度

案例研究

客戶：Free Now

代理商：The7Stars

方法：數位家外廣告、客製化解決方案



在競爭激烈的市場中提高知名度

作為一家相對較新的共乘服務公司，Free Now 希望提高倫敦地鐵乘客對該品牌的認識。

Free Now 及其代理商 The7Stars 決定採用數位家外廣告（digital out-of-home, DOOH），讓品牌訊息在倫敦各地地鐵站乘客最需要計程車的時候，出現在他們面前。該公司與The Trade Desk合作，瞭解可以利用哪些數據在正確的時間以廣告觸及受眾，並最大限度地發揮媒體投放的影響力。

在地鐵服務中斷期間觸及受眾

The7Stars 從確定人們最需要計程車的時刻開始。他們認定，地鐵延誤和取消是通勤者尋找替代交通方案的關鍵時刻。

因此，The7stars需要一個自動化解決方案，以確保獲得最及時且相關的地鐵服務快訊。The7stars與我們的客製化解決方案團隊合作，從倫敦交通局（Transport for London, TFL）直接自動擷取有關地鐵延誤、取消和受影響車站的公開資訊。

接下來，The7stars在我們的平台上，建立了包括數位家外廣告的私有廣告交易市場（private marketplace, PMP）交易，且每筆交易都以倫敦每條地鐵路線站點內和周圍的螢幕為目標。以倫敦交通局的服務快訊作為觸發，為地鐵服務中斷的路線自動啟動 PMP 交易，且目標每 15 分鐘更新一次，以保持相關性並提高效率。

成效



31%

品牌知名度提高

以創新策略達至廣告成功

Free Now 以動態的方式，在受到地鐵服務中斷影響的月台上宣傳其品牌，得以在通勤者最需要計程車的時刻即時投放廣告。根據一項 YouGov 的品牌研究指出，這項廣告活動提升了該共乘品牌的知名度達 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。

thetradedesk.com | info@thetradedesk.com

© 2021 The Trade Desk, Inc. 機密文件。只供萃奕、其合作夥伴和客戶之間分發。

