

即時銷售數據為紐西蘭國家板球隊帶來新的成長

案例研究

代理商

OMD 紐西蘭

廣告主

紐西蘭國家板球隊

方法

客製化競價演算法



成效

每用戶得

成本減少

63%

售票量增加

3.3 倍

紐西蘭國家板球隊度過一個動態的賽季

紐西蘭國家板球隊 (NZC) 希望增加其球賽的線上門票銷售額，不過這次的每次行動成本 (cost per acquisition, CPA) 要比先前門票行銷活動更低。門票的需求量視地區與舉辦的活動而異，因此該公司需要找到方法在正確的時間、正確的環境觸及受眾，以增加銷售的機會。當 OMD 團隊負責此目標時，便開始著手設計獨特、先進的程序化解決方案。

如何瞄準變動的目標

由於板球賽的地點不同，且其預算每年都會變動，OMD 需要即時收集數據的方法。他們也需要隨時做出改變，以提高投資報酬率。因此，OMD 與 The Trade Desk 合作使用來自 Ticketek——一個第三方票務銷售提供商的應用程式介面——的輸入值構建自訂演算法，以了解採購

各項活動和地區層面的購買情況。他們使用即時銷售數據來訓練演算法，根據即時需求數據產生出價。使用 The Trade

Desk 的 API 和多維廣告投放能力，他們能夠每 8 小時自動調整對 16 個地區的 23 個球賽的廣告競標，優先考慮在銷售機會最大地區的投放廣告。

水到渠成

OMD 的專有演算法，成功地使用外部來源的即時銷售數據，影響和優化自動化競標的價格。該演算法能夠考慮需求波動並自動調整，以確保效率並提高績效。這導致了 CPA 的降低；但更重要的是，它增加了紐西蘭國家板球隊的售票量。

- 直至 2018/2019 年底，CPA 降低了 63%
- 2018/2019 賽季門票銷售增加 3.3 倍

期待下一季

由於績效強勁，OMD 和 NZC 次年為 2019/2020 賽季部署了相同的策略，而且成效更出色：

- 與去年同期相比，CPA 降低了額外 20%
- 點擊率 (click-through rate, CTR) 得到了改善，而且點擊成本 (cost per click, CPC) 與去年同期相比降低了額外 40%
- CPM 減少了 25% 以達到更積極的目標

“國際板球季是 NZC 在夏季的主要重點，因此，我們需要將我們的程序化廣告投資，與即時客戶購買和需求模式保持一致。此廣告活動是即時數據驅動廣告的完美範例，因為我們根據客戶購買和需求模式優化了我們的媒體預算效果，以及在紐西蘭國內所有板球活動和地區賽事的需求情況。”

- Stacey Geraghty

紐西蘭國家板球隊行銷與公關主管

“透過存取即時銷售數據並使用 The Trade Desk 的 API 啟動自訂演算法，我們能夠引入外部訊號，將我們的廣告競標策略推進至新的領域，為 NZC 更快做出更好的決策。此客製化解決方案如今是我們的先鋒，為 NZC 提供程序化數據和競標的策略我們很高興探索使用自訂演算法，為我們的客戶提供市場上的絕對優勢。”

- Azriel Chan,

OMD 技術總監

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。

