

## 案例研究: 程序化 营销咨询

# Blibli OMG 通过跨平台整合将每次到店成本降低 85%，证明了其线下影响力

### 挑战

Blibli OMG 是一家在印度尼西亚拥有超过 200 家门店的高端移动设备零售商。他们与 FiveStones 合作，评估程序化展示广告活动是否有效提升了线下销售额。他们的挑战是衡量数字广告曝光对到店访问的影响，因此需要合适的广告技术基础设施来捕捉这些线上到线下的转化。

### FIVESTONES 的方法: 代理优化与线上到线下 (O2O) 归因

为了克服第一方数据的不足以及店方测量的挑战，FiveStones 部署了两部分策略：优化最可靠的线上信号，同时建立一个严格的 O2O 归因系统进行验证。

- **将地理位置定位作为高意向代理信号**: 媒体重点关注在 Blibli 和 Samsung 门店附近的**地理位置和邻近受众**。在缺乏第一方数据的情况下，这种战术定位被用作拥有最高意向的受众信号。
- **根据互动进行自动竞价**: Display & Video 360 (DV360) 广告活动的优化目标从覆盖面转向**高意向的线上互动**。这为平台的自动化算法提供了频繁、高度相关的信号，以提高成本效益。
- **用 O2O 归因验证投资回报率 (ROI)**: 建立了使用 **Campaign Manager 360 (CM360)** 和 **Adsquare** 的跨平台整合，以独立跟踪广告曝光，并与经过验证的到店访问进行匹配。这系统证明了**广告活动的线下效果**，将原始数据转换为经过验证的“每次到店成本”指标，显示了定位和优化工作的战略成功。

### 结果

#### 超过成本效益基准 65%

为期 3 个月的广告活动超出了成本效益基准 65% 以上，并通过活动曝光量和门店访问量验证了这一衡量标准。

#### 每次转化费用 (CPA) 降低 85%

通过持续优化，每次到店成本降低了 85%。同时，点击率 (CTR) 增加 4 倍，代表在整个漏斗中互动性更强，意向更高。

### 洞察与结论

Blibli OMG 与 FiveStones 的合作，弥补了程序化展示次数与线下到店访问之间的差距。通过整合 DV360、CM360 和 Adsquare (一个第三方客流量解决方案)，他们首次实现了对实际客流量影响的量化衡量。最终成果：每次到店成本下降 85%，并验证了广告活动的成果。

了解更多关于 Display & Video 360 和程序化营销咨询的信息，请联系我们：[info@fivestones.net](mailto:info@fivestones.net)

