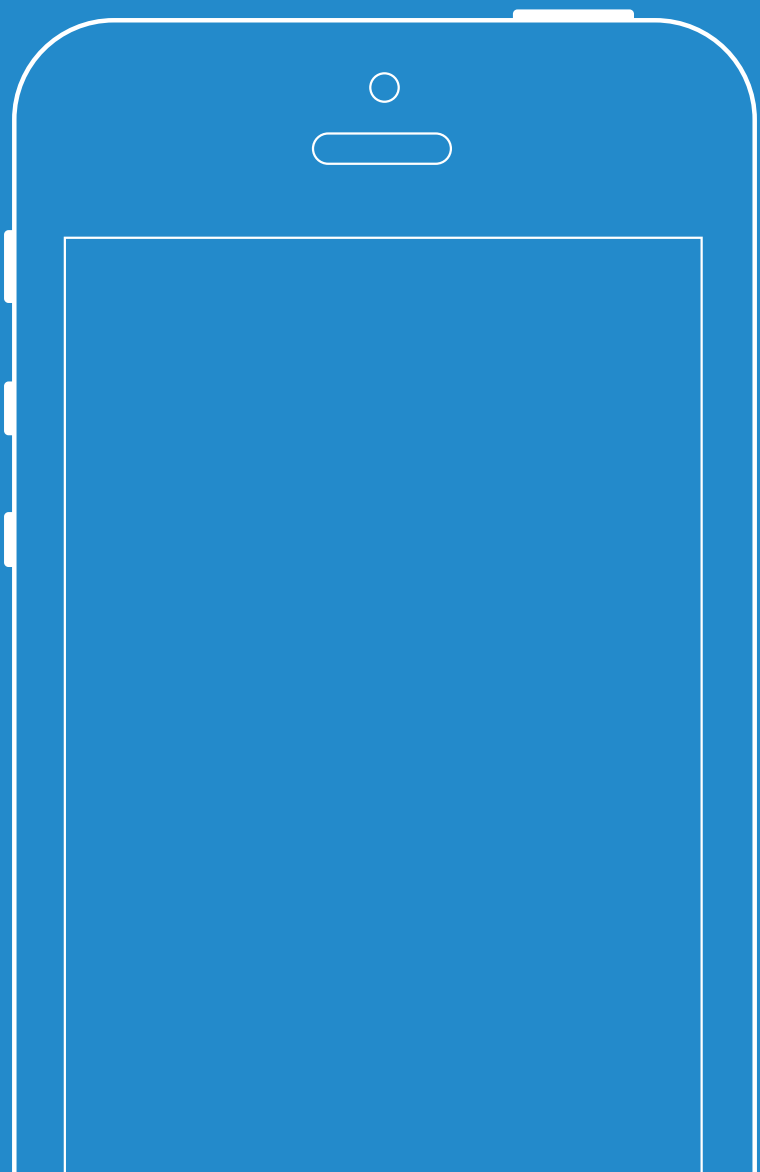


Cyberclick Casos de Éxito

Glovo?



@GlovoApp

@GlovoApp es una aplicación que ofrece un servicio de mensajería por encargo que conecta consumidores con repartidores locales para entregar artículos y mercancías desde cualquier punto de la ciudad. Recientemente recibieron 2 millones de euros durante su última ronda de financiación y planean alcanzar algunas de las ciudades más grandes de Europa fortaleciendo así su posición especialmente en mercados locales.

RESULTADO CLAVE 1: : 5.36x veces más instalaciones por día de media.

RESULTADO CLAVE 2: El CPI descendió hasta un 21% mientras aumentaba el volumen.

RESULTADO CLAVE 3: Aumento del engagement en un 64,8% descendiendo al mismo tiempo su coste en un 33%.

La oportunidad

@GlovoApp está creciendo a gran velocidad y expandiéndose geográficamente generando así la necesidad de mejorar su presencia en el canal móvil. La aplicación actualmente opera en algunas ciudades europeas y norteamericanas así que el reto es alcanzar audiencias dentro de ubica-



ciones específicas mostrando textos, imágenes y creatividades que reflejan la ciudad más cercana al usuario.

Estrategia

La primera fase de la estrategia fue producir diversas segmentaciones de campaña y Twitter cards adaptados a las diversas ciudades en las que las campañas se centraban de una forma automática. Necesitaban la capacidad de gestionar miles de creaciones de Twitter personalizadas y combinadas por cada segmentación.

@GlovoApp también necesitaba poder tomar decisiones a tiempo real alrededor de cada Twitter card promocionada, cosa que pudieron llevar a cabo gracias al desarrollo de un sistema usando la API de Twitter, que toma decisiones a tiempo real.

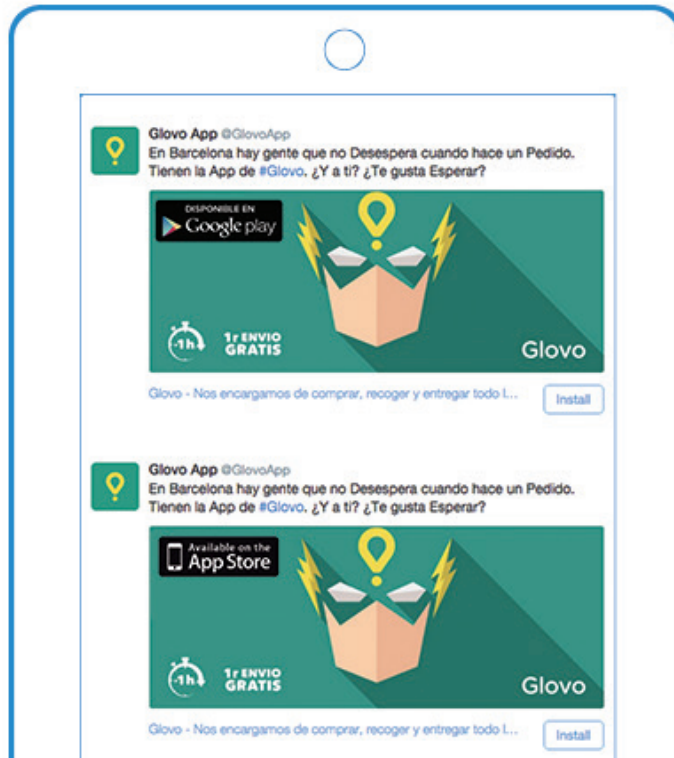
3 pasos para el éxito

1. Twitter cards únicas por ciudad



La aplicación fue promocionada en diferentes ciudades usando imágenes y contenido relevante para cada ciudad. A través de la personalización de los anuncios para cada ciudad, fueron capaces de obtener resultados óptimos.

2. Segmentación para cada dispositivo



Para maximizar resultados, @GlovoApp creó segmentaciones para cada tipo de dispositivo con el que el usuario visualizaría su anuncio así como Iphone o Android. De esta forma, cada usuario fue capaz de visualizar un anuncio que era completamente específico para su dispositivo, ubicación y demografía.

3. Aprendizaje y adaptación a la audiencia

@GlovoApp mejoraba y aprendía de los resultados métricos proporcionados por el enfoque programático utilizado. Fueron capaces de identificar Twitter cards que proporcionaban mejores resultados por segmentación y de esa manera fueron creando nuevas creatividades, textos e imágenes. Este hecho les permitió reducir el coste por instalación hasta un 25% en ciertas campañas.

