



## Persona.ly Intro

**Persona.ly** технологичная платформа по mobile User Acquisition & Retargeting для паблишеров, разработчиков мобильных приложений и брендов, которая представлена на рынках US, KR, JP, RU, SEA и IN.

Используя алгоритмы по машинному обучению и определению ставок мы предлагаем прозрачные решения на базе перформанса с разными таргетингами, которые мы подстраиваем под потребности и задачи наших партнёров.

**Persona.ly** стремится быть не просто подрядчиком для своих клиентов, но и партнёром, который помогает получать реальную прибыль, аудиторный рост, а также различные маркетинговые инсайты, которые далее могут быть использованы нашими партнёрами в иных каналах продвижения.

## Tilting Point Intro

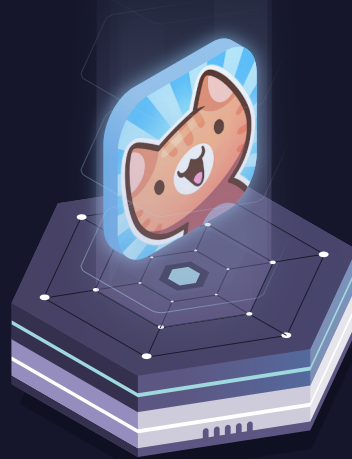
**Tilting Point** является ведущим издателем бесплатных игр, который продвигает существующие live-игры используя глубокий маркетинговый, обширный продуктовый опыт и передовые технологии. Основанная в 2012 году **Tilting Point** насчитывает более 150 сотрудников с офисами в Нью-Йорке, Барселоне, Бостоне, Киеве, Сеуле, Сан-Диего и Санкт-Петербурге. Наиболее успешными играми **Tilting Point** являются Star Trek Timelines, Warhammer: Chaos & Conquest и SpongeBob: Krusty Cook-Off.

В июне 2019 года компания **Tilting Point** заключила крупнейшее на сегодняшний день партнерство по финансированию кампаний по привлечению пользователей, инвестировав до 30 миллионов долларов США в продвижение популярной коллекционной игры "Cat Game - The Cats Collector!", разработчика Mino Games. Финансирование от **Tilting Point** будет способствовать росту популярной игры Cat Game, которая во время своего запуска на iOS входила в ТОП-100 приложений в Канаде и Новой Зеландии.

## Цели кампании

Начиная с марта **Persona.ly** совместно с командой **Tilting Point** сотрудничали по расширению их программатик активностей с целью увеличения охвата и привлечения целевых пользователей для игры Cat Game, как на iOS, так и на Android в US, CA, GB, JP и KR.

Учитывая предстоящую фактическую отмену IDFA на iOS 14, в августе мы начали проводить LAT кампании (Limited Ad Tracking) в основе которых лежало наше машинное обучение по контекстному таргетингу с целью поддержания показателей роста без возможности таргетирования на уровне пользователя.



AVAILABLE FOR:



*"Команда в Persona.ly очень оперативно реагирует на внезапные изменения в стратегии продвижения. Когда дело дошло до тестирования новых методов оптимизации LAT-кампании на Cat Game, их команда быстро подстроилась под наши специфические потребности".*

- Diogo Martins - Associate User Acquisition Manager @ Tilting Point



## Процесс

Когда мы запустили кампанию нашим первоначальным подходом был целевой таргетинг. Мы ориентировались на пользователей, которые проявляли непосредственный интерес к различным релевантным жанрам, схожей механике и темам (кошки в частности, персонажи с животными), механике сбора коллекций и merge & idle механике. Это решение позволило нам быстро привлечь целевых пользователей, со значительно более высоким, чем обычно уровнем retention D1 и D7 для данного жанра.

Затем наши модели машинного обучения постепенно осваивали модель поведения пользователей, которые были наиболее вовлечены или делали покупки в день установки, что позволило нам таргетироваться на схожих пользователей и в конечном итоге это привело к выполнению ROAS KPI, а затем и к масштабированию.

В августе наш подход к развертыванию LAT кампании был аналогичным, но в большей степени основанным на контекстной связке между приложениями, где размещалась реклама и самой Cat Game.

Используя ELMo, алгоритм для обработки естественного языка, мы научились различать контекст каждого приложения состоящий из его особенностей и механики, путем создания векторного представления описания из магазина приложений, которое значительно более репрезентативно, чем просто категория приложения представленная в нём.

Это в свою очередь позволяет рассчитать контекстное соответствие в режиме реального времени между продвигаемым приложением и каждым приложением где представлена реклама. Дополнительно на базе контекстного соответствия возможно влиять на торги посредством разных стратегий, а также на десятки других особенностей наших моделей, позволяющих проводить гранулированную оптимизацию и эффективное обучение.



## LAT UA АВГУСТ 2020

- FTD CVR (установка в покупку) - 4x выше, чем органика
- D3 Retention - 20% выше, чем обычная кампания UA (не LAT)
- eCPI - схожий с обычной кампанией по UA (не LAT)



*"Команда Tilting Point - истинные профессионалы, готовые добиваться успеха благодаря их прозрачности в коммуникации и открытости в предоставлении всей необходимой data для проведения эффективной кампании по привлечению пользователей, даже с таргетированием не на уровне пользователя."*

- Joseph Iris - RTB Product Lead @ Persona.ly

