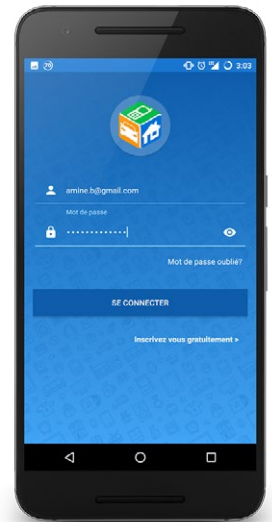
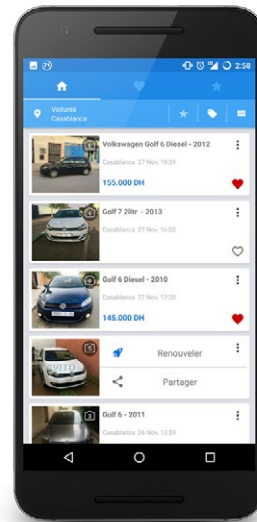
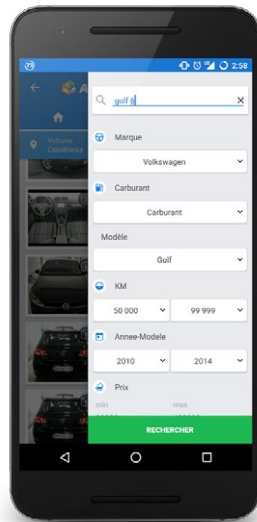
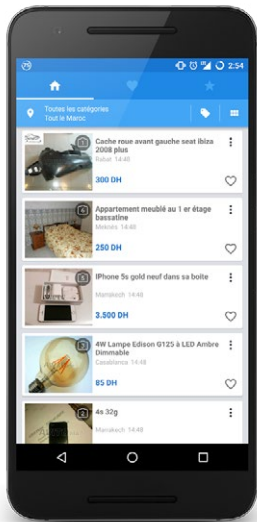




L'analyse LTV au service d'une stratégie d'acquisition plus rentable



1.95+

millions de téléchargements
en 2016

+33%

de croissance de trafic
(toutes plateformes confondues)

-50%

de CPI
sur Facebook

+140%

de trafic pour un budget
d'acquisition inchangé

CONTEXTE

Avito.ma, site d'annonces marocain équivalent du site français leboncoin.fr avec pour même maison mère le groupe Schibsted avait pour mission de continuer la croissance continue qu'avait connu le site pendant 4 ans déjà.

L'équipe d'Avito n'a pas attendu que la tendance des services numériques soit "mobile-first", et s'est immédiatement lancé sur mobile dès les premiers ralentissements d'acquisition d'audiences sur desktop.

Mais face à la multitude de canaux d'acquisition disponibles au niveau du mobile et la complexité d'implémentation des différents outils de tracking, l'implémentation et le suivi des performances des différents partenaires nécessitaient de plus en plus de ressources techniques et des analyses de plusieurs heures.

CHALLENGES

- Avec le même budget initial, générer deux fois plus de trafic pour l'application mobile grâce à une meilleure stratégie d'acquisition.
- Pouvoir procéder à un calcul méticuleux de la LTV via une méthodologie axée sur le reporting par Ad, Ad Set, et campagnes des réseaux sociaux.

ACTIONS

Via Appsflyer, nous avons pu tester une multitude d'Ad network à la volée ce qui nous a permis de déterminer très rapidement quels partenaires étaient les plus efficaces pour nos efforts d'acquisition.

D'un côté, Appsflyer a facilité la compréhension de la LTV et de la rétention exacte pour chaque type de segment ciblé sur Facebook tout en donnant accès à des rapports de performances détaillés relatifs à chaque groupe d'annonces. Ceci nous a permis de comprendre grâce à des analyses comparatives lesquelles étaient les plus performantes, et de capitaliser ainsi sur les critères gagnants pour générer plus de croissance.

Aussi, le dashboard global pour toute notre activité d'acquisition, d'activation, et de rétention nous a permis une prise de décision efficace et rapide par rapport aux meilleurs placements, et d'optimiser par conséquent notre budget marketing.

RÉSULTATS

Grâce à une meilleure compréhension de la rétention et la LTV des différents canaux et segments, notre équipe de growth a pu savoir exactement où investir chaque centime du budget marketing et éliminer facilement les « mauvais placements », le tout avec assez de data pour justifier chaque action prise.

“ *La puissance de reporting de Appsflyer couplé aux capacités de targeting de Facebook nous ont permis d'avoir une visibilité totale de la LTV de chacun de nos segments, et de réagir en conséquence pour optimiser nos campagnes sur les réseaux sociaux.* ”

*Youssef El Ghourfi, Growth Manager
Avito.ma*