Persona.ly × GAMEE STUDIO

September 2026



我们与 **Gamee Studio** 合作，针对其三消益智游戏 *Royal Escape: King Castle* 的流失用户，在全球范围内开展 iOS 与安卓双端回流投放。*Royal Escape* 在 Google Play 的下载量已突破 500 万次，并在超过 11.3 万条评价中获得 4.4 星评分。玩家通过匹配宝石打破障碍，一步步闯过宏伟城堡的重重殿堂。

投放目标

本次投放的主要目标是召回 *Royal Escape: King Castle* 的流失玩家，让他们重新回到游戏中活跃起来。

对于 *Royal Escape: King Castle* 这类混合休闲游戏，核心挑战在于从数百万用户中识别最有可能回流并成为高活跃玩家的人群，从而带动可观的 IAA（应用内广告变现）ROAS。

本次投放以 ROAS KPI 衡量成效。

成效一览

1.7 倍
超过 D1 ROAS KPI

>100%
D7 起即实现投放回本

4 倍
5 周内双端预算放量规模

“再营销早已列入我们的计划，我们希望找到值得信赖、能够出色执行的合作伙伴。Persona.ly 从一开始就展现出在程序化再营销方面的专业能力，团队不仅按要求执行，还指导我们制定受众策略并完成设置。试投项目从一开始就取得了良好成效，很快发展成更大的增长机会。团队全程响应迅速、沟通透明。我们期待将合作扩展到更多游戏上。



Vu Thuy Van Trinh — Gamee Studio 市场负责人



Persona.ly

September 2026

程序化再营销打法

投放启动时，我们通过 *Persona.ly* 的 *Live Audiences* 分群引擎接入 Gamee 的第一方数据，识别并细分流失玩家。客户可免费使用 *Live Audiences*，它与我们的程序化 *DSP* 无缝集成，可实时更新受众，并从投放初期就开始获取有价值的洞察。

全球投放的优势

本次投放覆盖全球市场，同时跑 iOS 和安卓双端，使我们能在数小时内跨市场大规模收集转化信号。结合与头部广告交易平台和 OEM 的整合，以及全球每秒处理超过 400 万次广告请求的能力，程序化竞价系统因此获得了充足数据，能够快速识别最可能带来高 ROAS 的受众群体。

随后，竞价系统利用这些早期信号，向表现最优的人群倾斜优化，并将学习经验应用到各个市场，最终触达数十万名流失玩家。

全屏广告形式，推动增量回流

本次投放仅使用全屏广告形式，包括插屏广告和激励视频广告。

虽然横幅广告库存价格低且供应广，但横幅广告盲区可能限制其吸引用户注意力、带动有效互动的能力。通过专注于全屏广告位，我们得以最大限度减少对自然回流的“抢量”，优先争取高影响力的展示机会，尽量减少浏览归因占比，并降低在低价值曝光上的支出。



投放成效

ROAS 变现与回本进度

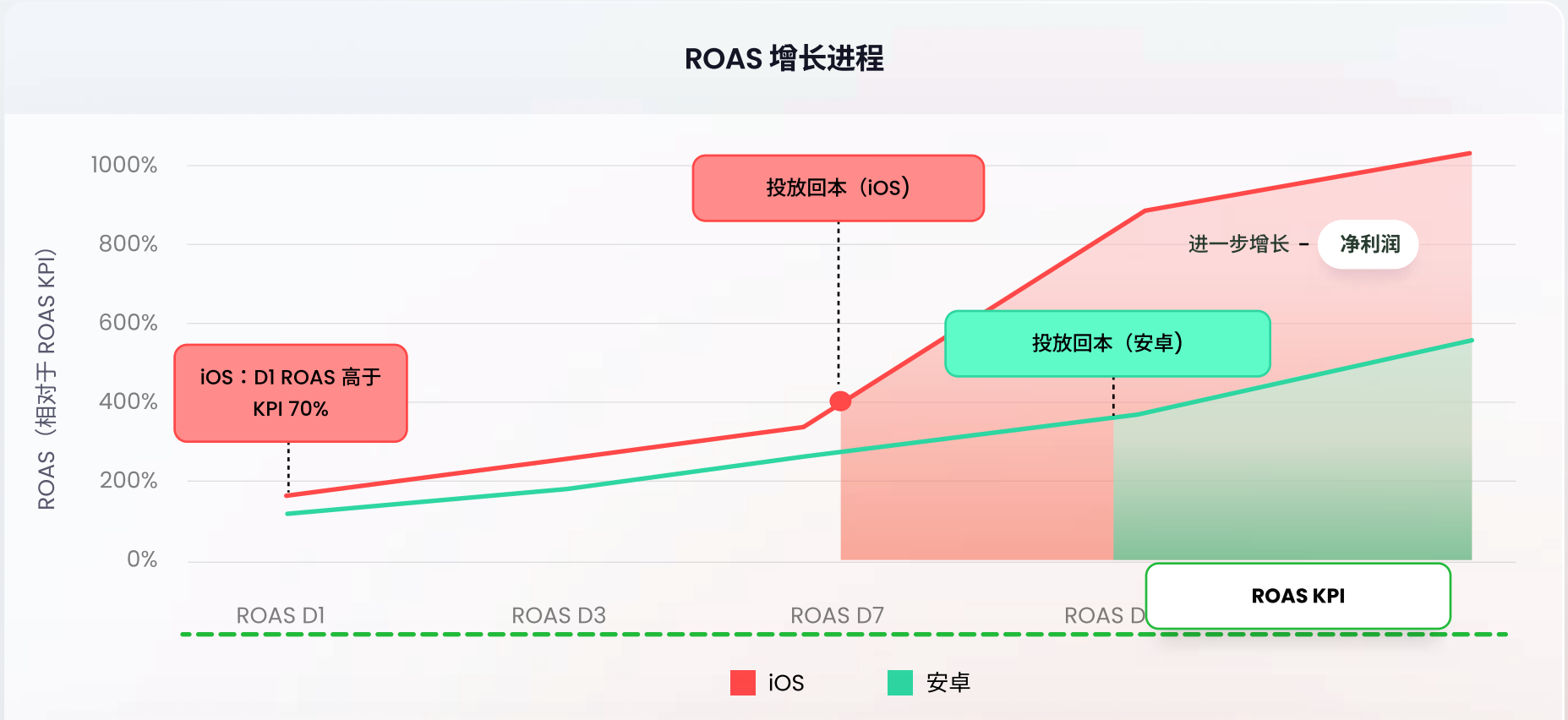
通过优先触达回流概率最高的用户，投放活动从第一周起便在双端全面超过 ROAS KPI。
此外，两个平台的投放都较早实现了完全回本。

> 在 iOS 上，第一周的客群批次在 D1 已收回该周全部支出，之后继续增长，到 D30 累计回款达到投放花费的 3 倍。

> 在 安卓上，成熟客群批次在 D14 实现完全回本，到 D30 累计回款达到投放花费的 1.6 倍。

在两个平台上，精准的受众定位和持续竞价优化推动 ROAS 稳步增长。

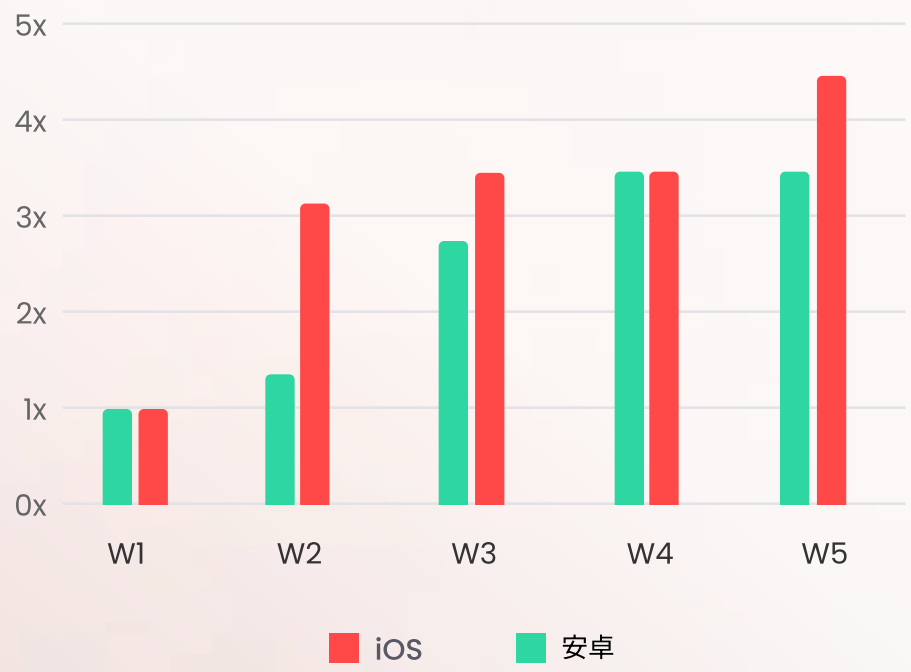
更重要的是，这次营销活动并不只是让用户回流一次。我们召回了此前已表现出较高黏性的 *Royal Escape* 玩家，他们多次回访、延长单次游戏时长，并带来了可观的广告收入。



投放扩量

在表现趋于稳定后，我们将两个平台的每周预算提高至原来的 4 倍，同时继续超过 KPI。

这表明，随着支出增加，受众策略和基于机器学习的定制化定向模型仍能持续发挥作用并稳定输出，而非仅依赖最初那一小批高质量用户。



触达高价值、高活跃玩家

我们的机器学习竞价系统包含针对垂直行业的功能，例如为专注于 IAA 或混合变现的客户开发的“广告大 R 预测”。该功能可在竞价流量中识别高 LTV 用户，并根据市场价格和受众预估价值调整出价。

主要挑战在于从数百万名 *Royal Escape* 用户中筛选出最有可能回流并成为高活跃玩家的群体。
对于主要依靠广告变现的游戏，可通过用户流失前的行为信号识别这类玩家，例如更长的游戏时长和更深入的关卡进度。

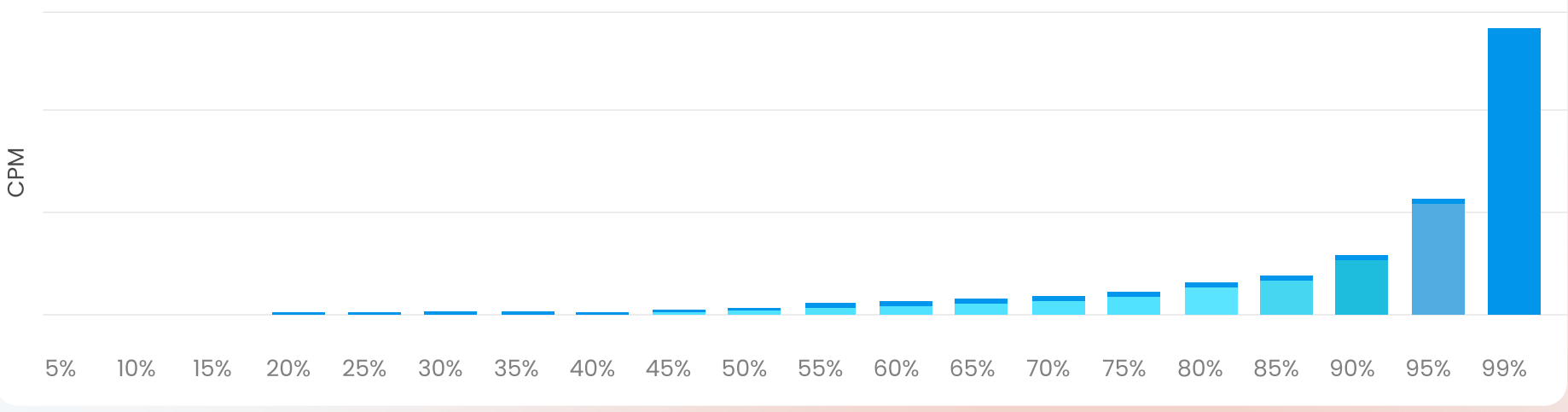
广告大 R

广告大 R具备以下一项或两项特征的高价值用户：

- 产生能为发行商带来较高 eCPM 的广告展示
- 单次游戏时长更长，观看广告次数更多

这一动态竞价策略帮助我们成功召回了在程序化竞价中价值较高的流失用户，他们在游戏过程中产生的每次广告展示都可能为 Gamee Studio 带来较高 eCPM。该策略也让高活跃玩家回到 *Royal Escape*，他们会更长时间地玩游戏并观看大量广告。

eCPM 分布——广告大 R 回流





关于 Gamee Studio

Gamee Global 开发并发行移动端益智和休闲游戏，作品涵盖三消、插针解谜和 RPG 等品类，包括 Castle Match: Royal Quest、Haven Match: Mom's Journey、Wonder Match: Amazing Family 和 Home Pin 2: Family Adventure。

越南已成为混合休闲游戏开发的重要聚集地。本次投放成效表明，程序化再营销不仅能服务于 IAP 驱动型游戏，也能为广告变现型游戏带来良好效果。
我们很自豪能通过基于机器学习的 DSP 帮助 Gamee 把握这一机会，也期待未来支持更多越南工作室拓展全球业务。

Shana Kim — Persona.ly 亚太区业务总监



关于 Persona.ly

Persona.ly 是一家数据驱动型产品公司，专注于移动用户获客取与再营销产品，依托自研机器学习算法及强大的第一方数据管理平台，为客户提供增长服务。

我们已服务了 King、腾讯、Papaya、NextNinja、Tilting Point、Nexon 等众多全球领先移动企业，通过精准预测用户参与及转化概率，助力其持续达成乃至超越增长目标。我们的机器学习模型基于预测 LTV 定向高价值用户，从而实现更优的 ROAS 与更长期的用户质量。

> 我们自研的程序化 DSP 与头部顶级广告交易平台及 OEM 直接集成，全球每秒可处理超过 400 万次广告请求。

> 通过将实时预测分析与程序化投放规模相结合，我们帮助合作伙伴实现更智能的增长、更高的 LTV，以及可量化的增量效果。

借助我们的增量效果衡量平台 IMPACT，广告主可以突破归因的局限，理解 Persona.ly 媒体真正带来的增量价值。IMPACT 在人群、细分及广告项目维度提供透明的效果衡量数据，将媒体曝光与增量转化、收入及 iROAS 相连接。

