



简介

我们与 Nexon 合作，为其高收入 MMORPG 手游《洛奇 Mabinogi Mobile》在 Android 和 iOS 上开展再营销活动。

Nexon 是全球领先的在线游戏公司，旗下拥有超过 40 款游戏，包括《冒险岛》《地下城与勇士》《突袭》等。

活动目标



本次活动的核心目标是重新触达流失用户并将
其带回游戏：

- 无历史付费的用户 → 促成首次内购 (IAP)
- 已付费用户 → 推动更多内购

活动设定的 KPI 是每次重新激活成本 (Cost per Reactivation)。

结果速览



15 倍

活动在 8 周内成功扩量



25%

在 15 倍扩量时 (第 8 周) 超额完成重归因
成本 KPI



3 倍

第 8 周 每千次重归因转化数提升

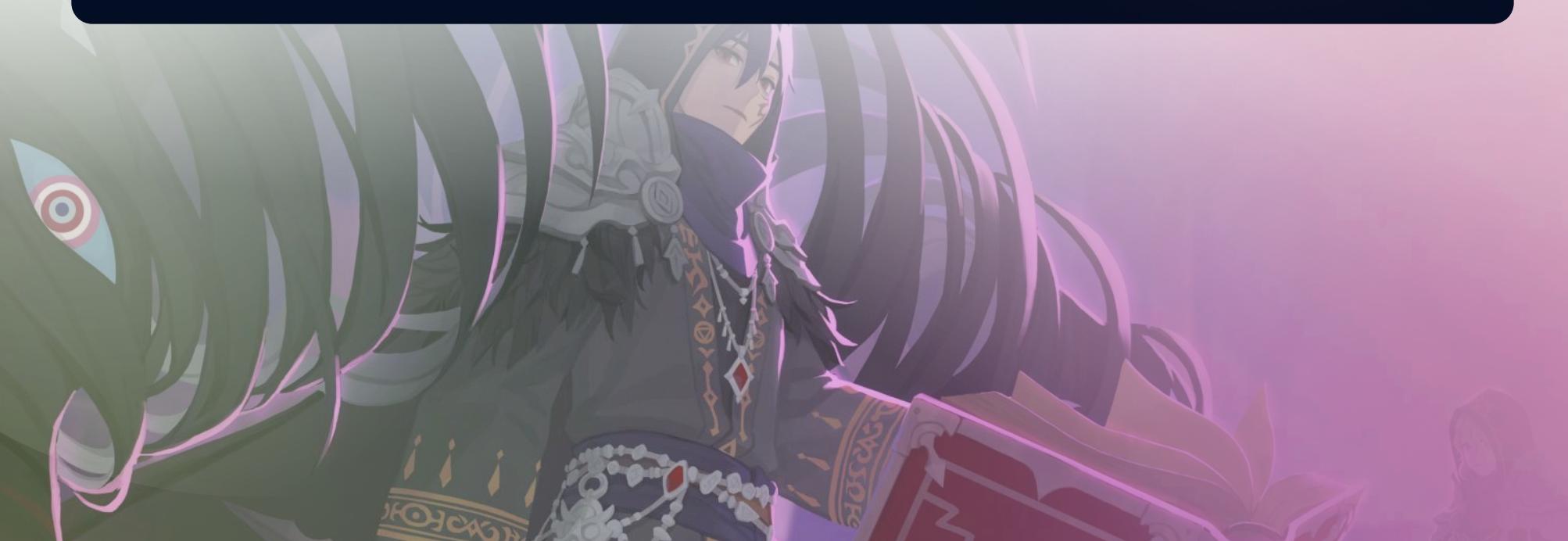
《洛奇 Mabinogi Mobile》的再营销活动从一开始就表现超
出预期。

ML 驱动的定向效果非常契合，使我们能够在保持稳定表现的
同时顺利扩大投放规模。

用户重新参与和留存率的提升也令人印象深刻，而与
Personaly 的合作对这些成果起到了重要作用。
我们期待未来继续在这一良好势头上共同前进。

Nexon 用户获取经理

裴承彬 & 洪敬杓 (Brian Hong)



Programmatic Re-engagement Process

在为《洛奇 Mabinogi》开展投放时，我们利用自主研发的受众细分引擎 Live Audiences（客户可免费使用），迅速构建了一个由超过 7 天未活跃的用户组成的受众包。

在活动的初始阶段（小规模学习期），我们的 ML 驱动 programmatic DSP 快速收集并识别出更有可能回流并继续游戏的用户特征。

即使在最初仅针对流失用户的一般性投放设置下，我们的表现也已经远超 KPI，这得益于我们的算法能够快速找到 用户特征、时间、创意素材和广告位的最佳组合，从而推动用户重新参与，并迅速降低互动成本。



从活动一开始，我们的重参与成本就超出 KPI 4 倍表现，以目标成本的四分之一成功重新触达用户。

当我们收集到足够的正向信号，使 programmatic、ML 驱动的竞价系统能够识别出更有可能重新参与并在游戏中持续推进的用户群体后，我们成功大幅扩大了活动规模。

在此过程中，我们不仅显著超额完成了重参与成本 KPI，还提升了每千次重归因转化数 和 D7 留存率。



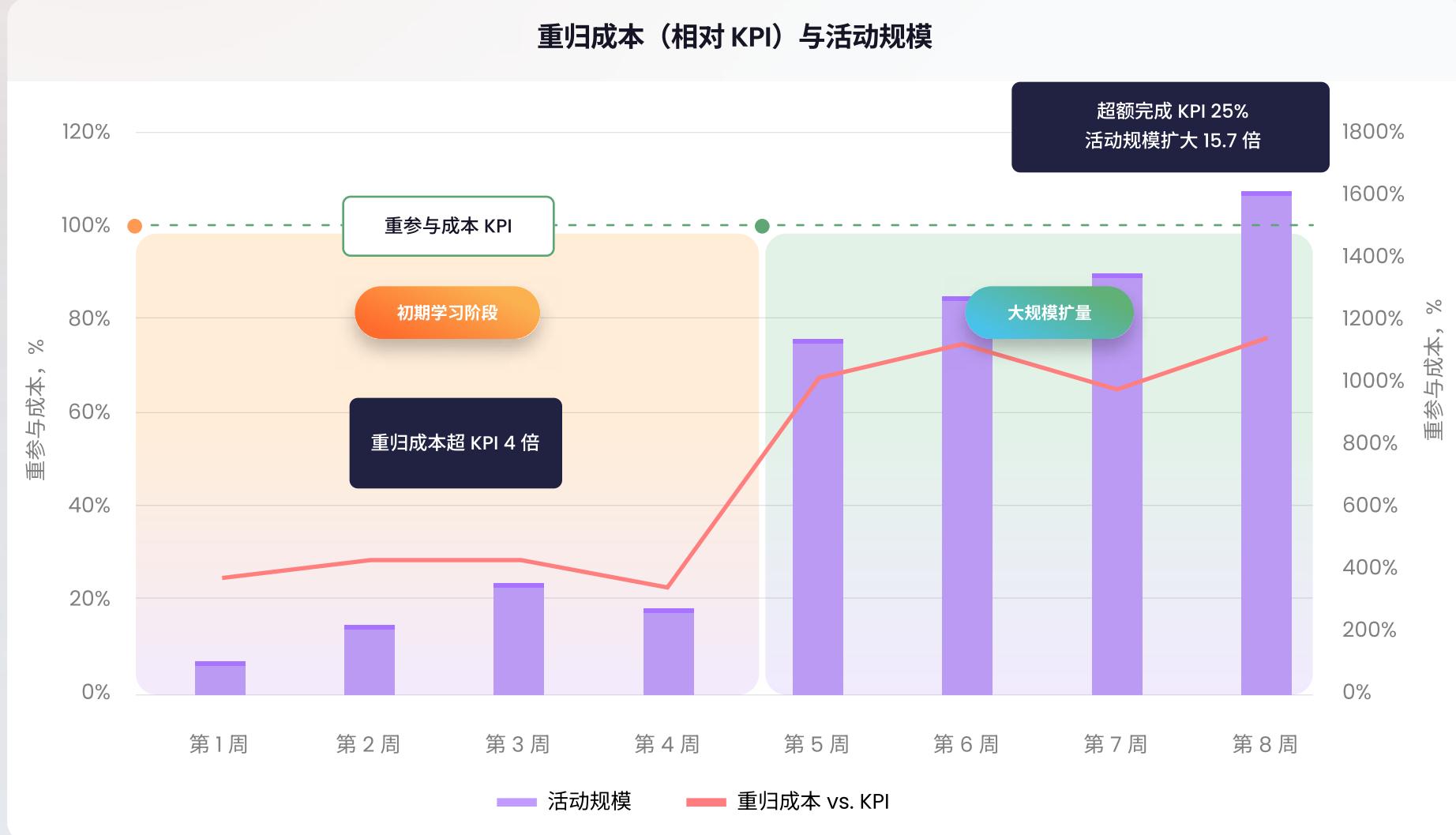
活动结果

活动规模扩展与重归成本

在活动初期，小规模投放让我们能够收集有关最有潜力重新参与的用户群体的洞察。

在为 ML 模型收集到足够的样本数据，以便将受众群体分类为可能转化（通过重新开启或重新安装《洛奇 Mabinogi》）后，我们在 8 周内将活动规模扩大了 15 倍，同时重参与成本 KPI 超额完成 25%。

重归成本（相对 KPI）与活动规模



重归转化率 (CVR) 与 D7 留存增长

本次活动的主要挑战是在扩大规模的同时保持表现，重点只针对最有可能重新开启或重新安装游戏的用户进行再参与。

通过精确定位流失用户受众中的特定细分群体，我们不仅维持了 D7 留存率，还在第 8 周相比第 1 周将每千次重归因转化数提升了三倍。

每千次重归因转化数与 D7 留存增长



关于 Nexon

NEXON 是全球领先的在线游戏公司，拥有长期运营的 IP 系列和无与伦比的实时运营经验，这能够显著延长游戏寿命。

NEXON 成立于 1994 年，管理超过 40 款不同类型的在线游戏，并在 190 多个国家运营。

Nexon 的标志性游戏——包括《冒险岛》（MapleStory）和《地下城与勇士》（Dungeon&Fighter）——长期表现出稳定的增长。

Nexon 一直是 Personaly 重要且长期的合作伙伴，我们很高兴能通过另一款游戏加深合作。

我们的团队在透明度和数据驱动的卓越表现方面建立了无缝协作的默契。

我们期待进一步拓展这一合作关系，为 Nexon 的更多旗舰游戏带来卓越的用户获取和再营销成果。

Personaly 韩国业务拓展总监

Rachel SEO



关于Personaly

Personaly是一家数据驱动型产品公司，专注于移动用户获取和再营销，依托自主研发的机器学习算法和强大的第一方数据管理平台。

我们帮助包括King、Tencent、Papaya、NextNinja、Tilting Point、Nexon在内的领先移动公司，通过精准预测哪些用户最有可能参与并转化，从而实现并超越其增长目标。我们的机器学习模型基于预测的LTV优化，专注于定位高价值用户，带来强劲的ROAS和长期的用户质量。

我们的自研程序化DSP与顶级广告交易平台和OEM直接集成，全球每秒处理超过400万次广告请求。

通过将实时预测分析与程序化规模相结合，我们帮助合作伙伴实现更智能的增长、更高的LTV，以及可衡量的增量效果。

