



成效衡量 案例分析

GameStop

挑战

随着传统零售商纷纷将业务从线下拓展至线上，GameStop 认识到，他们需要更深入透彻地了解线上营销对线下销量的影响。

GameStop 明白，要做到这一点，最可靠的方法便是与 Facebook 合作，将手上的第一方 CRM 数据与他们在 Facebook 的受众进行关联匹配，以便衡量所取得的切实业务成效。

成功之道

关联线上线下数据，了解真实投资回报

GameStop 将手上经过匿名处理的 CRM 数据与他们的 Facebook 数据进行关联匹配，并据此开展分析。采用这种方法，他们确切了解到线上营销投资对线下销量的推动作用，并由此得出了准确的投资回报分析数据。

致力衡量真实成效

GameStop 团队希望更深入地了解推动业务成功的原因，而不是只依赖间接指标进行判断。通过加大对成效衡量的投入力度，全力追踪营销投资的真实价值，他们得以知晓线上营销对公司盈利的影响，并将所得数据传达给组织内的更多人员。

建立成效衡量学习流程

这次测试为 GameStop 开启了线上营销成效衡量的巨大潜力，促使他们在此后持续衡量广告营销产生的真实业务成效，以及长期与 Facebook 合作探索营销的真实价值。

成功有方法

线下销量上涨

通过与他们的 Facebook 合作伙伴携手，GameStop 得以将线下销售数据与线上营销花费进行关联匹配，以此衡量营销投资对业务成效的推动作用。经过此次分析，他们了解到线上广告带来的成效包括：



6%

销量提升 6%



7.5 倍

在线广告花费回报增至 7.5 倍



4%

转化量（购买人数）提升 4%