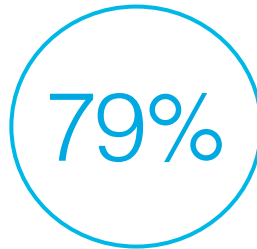
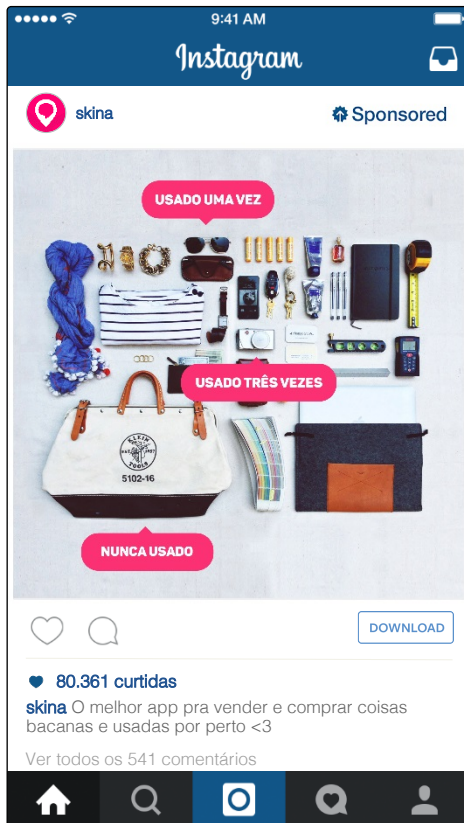




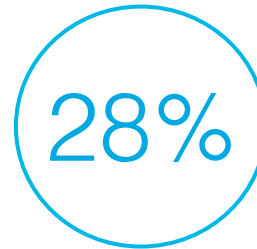
SKINA

# Everyone has something to sell

Skina used photo ads on Instagram with a call-to-action button inviting people to install its app. The campaign significantly expanded brand's reach and prompted more Brazilians to download the app and start connecting with local buyers and sellers.



increase in app installs  
between August and  
September 2015\*



lift in single-day  
reach



reduction in  
cost-per-install (CPI)

## STORY

### Offers near you

Available for Android and iOS, Skina is a free mobile app that shows a wide range of products to buy and sell based on the location of app users.

## GOAL

### Users wanted

Skina wanted to boost awareness of its classified app among young adults and increase the number of app downloads to get more people listing and purchasing items using its product.

## SOLUTION

### Classified ads on mobile

Skina created a photo ad campaign with a call-to-action button to promote more downloads of its app.

The Skina team used a variety of creative to deliver its message. Some ads featured graphic layouts of household items with colorful callouts detailing them as "Never used", "Used once", etc. Others used split-image photos pairing an outdated item with something newer to highlight the idea of upgrading your stuff with Skina. Other creative highlighted the ease of doing business close to home, and featured photos of buyers and sellers marked up with pricing and distance details.

Running for one month, Skina's clever Instagram campaign helped the brand to dramatically increase its reach, boosting downloads by 79% while simultaneously reducing its cost per installation by 29%.

“  
*The IG platform offered a great way to scale investment while improving our ROI which was particularly helpful in this launch-phase of our product as our ability to ramp up quickly still had to be proven.*  
”

Sjoerd Nikkelen  
CEO, Skina

“  
*To test everything is our main rule and Instagram showed us that the right strategy can provide better results within the right channel.*  
”

Gabriel Di Bernardi  
Marketing Manager, Skina

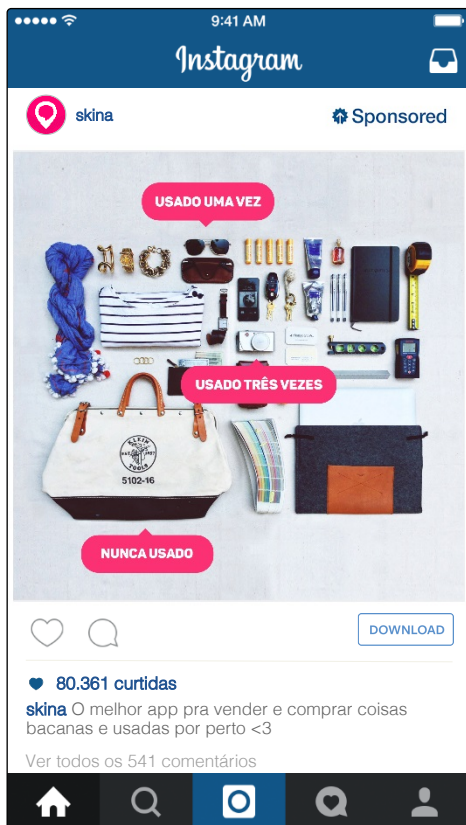
\* Result measured by the client



SKINA

# Todo mundo tem alguma coisa para vender

A marca de classificados online conseguiu aumentar o número de instalações de seu aplicativo em dispositivos móveis e seu reconhecimento entre os brasileiros com uma campanha de anúncios de foto no Instagram.



de aumento downloads do aplicativo entre agosto e setembro de 2015\*



mais alcance de público em um dia



de redução no custo de instalação (CPI)

A história

## Compre e venda perto de você

Disponível para Android e iOS, Skina utiliza a geolocalização para mostrar uma variedade de produtos para compra e venda que estão próximos de quem acessa o aplicativo gratuito.

O objetivo

## Aumentar o número de clientes

Com a intenção de aumentar as transações locais, o Skina desenvolveu uma campanha que promovesse a instalação do aplicativo entre os brasileiros por meio do Instagram.

A solução

## Anúncios para download de aplicativo

Skina desenvolveu uma série anúncios de foto para incentivar o download de seu aplicativo entre homens e mulheres de 18 a 30 anos no Brasil.

Para promover o aplicativo, a equipe do Skina utilizou uma variedade de criativos que tinha a mesma mensagem para impactar o público-alvo. As imagens utilizadas na campanha mostravam alguns produtos disponíveis, mas com um destaque um toque colorido, despojado e moderno para chamar a atenção das pessoas com mensagens como "Nunca usado", "Usado uma vez", entre outras. A marca também ressaltava a facilidade de realizar essas transações próximo da sua casa ou trabalho.

Durante os meses de agosto e setembro de 2015, o Skina promoveu a campanha no Instagram que permitiu alcançar o objetivo de reconhecimento da marca por meio do aumento de 79% das instalações do aplicativo, enquanto reduzia em 29% o CPI total do anúncio.

“  
*A plataforma do Instagram permitiu que escalássemos o investimento da campanha e tivéssemos o melhor ROI durante o período de lançamento do aplicativo. Com isso, provar a necessidade de expandir nossa base.*  
 ”

Sjoerd Nikkelen,  
 CEO do Skina

“  
*Nossa meta é testar todos os recursos possíveis e o Instagram mostrou que com a estratégia certa e o canal para anunciar certo podemos melhorar o nosso resultado.*  
 ”

Gabriel Di Bernardi  
 Director de marketing do Skina

\*Resultado mensurado pela marca