

eProspects vervierfacht Konversionen mit Kenshoo Portfolio Optimizer™

Kampagnen für Finanzdienstleistungen profitieren von reaktionsfähigen Kenshoo-Algorithmen

HINTERGRUND

eProspects eProspects ist eine Agentur für digitale Medien mit Hauptsitz in Großbritannien und einem leistungsorientierten Ansatz. Das Unternehmen entwirft kreative Lösungen für Finanzdienstleister und sorgt für deren Sichtbarkeit bei Zielgruppen in allen digitalen Medienkanälen. eProspects begann die Zusammenarbeit mit Kenshoo™ im Jahr 2008. Das Unternehmen hatte vor allem Bedarf im Bereich Suchmaschinenmarketing und baute ausgehend von Leistung und Innovation allmählich eine starke Partnerschaft auf.

HERAUSFORDERUNG

eProspect überwacht seine Kampagnen laufend, um eine optimale Performance zu gewährleisten. Auf dem stark konkurrenzbetonten und kostspieligen vertikalen Markt für Finanzdienstleistungen ist Effizienz von höchster Bedeutung. Das Unternehmen suchte nach Möglichkeiten, seine Performance zu verbessern und dabei gleichzeitig den Preis-pro-Akquisition beizubehalten oder zu verbessern. Kundenbetreuer verbrachten unzählige Stunden mit der Analyse von Kampagnendaten, um die angemessene Bid-Strategie ausgehend von den Kampagnenzielen zu ermitteln, weshalb das Kenshoo-Team einen stärker automatisierten Ansatz vorschlug.

LÖSUNG

Kenshoo arbeitete mit eProspects an der Umsetzung von Kenshoos portfoliobasierter Bid-Methode Kenshoo Portfolio Optimizer (KPO), die darauf abzielt, die Konversionsleistung zu verbessern. Spezifische Kampagnenziele und die Notwendigkeit eines stark

reaktionsfähigen Algorithmus wurden ausführlich besprochen. Das Kenshoo-Expertenteam führte umfassende Analysen durch, um sicherzustellen, dass der Kenshoo Portfolio Optimizer die gewünschten Ergebnisse erzielte. Nach der Einführung lieferte das Kenshoo-System Bid-Strategien ausgehend von Marktbedingungen und den dargelegten Zielen. Die Bid-Vorschläge waren für das eProspects-Team komplett transparent, und es war in der Lage, prognostizierte Performance-Modelle zu bewerten. Dadurch gelang es dem Team, Transparenz zu bewahren und gleichzeitig Zeit zu sparen. Das Kenshoo-System führte die gründliche Analyse durch, die das eProspects-Team zuvor manuell durchgeführt hatte.

ERGEBNIS

Die Kampagnen, die Kenshoo Portfolio Optimizer nutzten, erzielten beispiellose Ergebnisse. Die Konversionsraten verdoppelten sich - in manchen Fällen vervierfachten sie sich sogar. KPO lieferte durchwegs mehr Klicks und Konversionen und verringerte gleichzeitig den Preis-pro-Klick und -Akquisition. "Wir sind von den Ergebnissen begeistert; uns gefällt vor allem die Reaktionsfreudigkeit der Bid-Empfehlungen, die das Kenshoo-System macht," so Azam Zaka, CEO von eProspects.

|| Aufgrund des Erfolgs, den wir mit den ersten Kampagnen hatten, haben wir portfoliobasierte Methoden für unseren gesamten Kundenstamm eingeführt. ||

Azam Zaka 
eProspects CEO

