

## TicketsNow obtient une réduction de 44 % du coût-par-fan avec Kenshoo



TicketsNow, l'un des sites leaders de la revente de billets d'événements sportifs, concerts et pièces de théâtre, est à l'origine d'un programme de publicité payante sur moteur de recherche dont l'objectif est de rediriger les visiteurs sur son site (TicketsNow.com) pour augmenter son taux de conversion. En 2010, TicketsNow a commencé à utiliser Kenshoo Enterprise™ afin de les aider à gérer ses campagnes payantes sur moteur de recherche. En mettant à contribution les règles algorithmiques et les politiques d'offres sur la base de modèles prévisionnels de Kenshoo™, TicketsNow a réussi à optimiser de façon efficace des millions de mots clés et à doubler la contribution globale de sa campagne marketing sur moteur de recherche. Pour continuer sur sa lancée avec Kenshoo Universal Platform™, TicketsNow a cherché à prolonger ses efforts en matière de marketing social avec les publicités Facebook.

### DÉFI

TicketsNow savait que la constitution d'une base de fans active sur Facebook lui permettrait d'accroître son revenu. Selon les résultats d'un sondage réalisé par SocialCode en novembre 2011, les fans d'une marque sur Facebook sont à 291 % plus susceptibles d'interagir et d'acheter les produits d'une marque que les personnes qui n'en sont pas fans. Le défi pour TicketsNow était donc de générer de nouveaux fans de façon ciblée, efficace et peu onéreuse.

L'équipe de TicketsNow s'est rendue compte que le développement d'une campagne gérée sur Facebook et le déploiement de processus de reporting prenaient plus de temps que l'équipe n'en avait pour analyser les résultats, regrouper les connaissances acquises et optimiser l'investissement de l'entreprise. En outre, TicketsNow devait équilibrer son programme de façon à ce qu'il réponde à une métrique coût-par-fan (CPF) alignée sur les objectifs de la société.

### SOLUTION

Kenshoo a donné à TicketsNow la souplesse nécessaire au déploiement d'une stratégie multi-campagnes, qui permettait à chaque campagne d'être mise sur pied en fonction de chaque catégorie de produits, tels les sports, les concerts ou le théâtre. En utilisant l'outil de permutation Kenshoo, TicketsNow a pu créer des publicités de façon rapide et en tester de multiples variantes. Cette restructuration a amélioré le CPF de façon presque immédiate après la phase de déploiement initiale.

Afin de maintenir l'objectif du CPF, l'une des quatre politiques d'offres spécifiques à Facebook de Kenshoo – dans le cas présent « Contrôler le CPA » – a été mise en place au niveau du Profil. Grâce à la transparence permise par Kenshoo Universal Platform, TicketsNow a pu passer en revue toutes les modifications d'offres et mieux comprendre les performances enregistrées pour chaque segment de population.

Une fois les politiques déployées, l'équipe de TicketsNow pouvait facilement évaluer le texte soumis et son aspect créatif en utilisant des outils de gestion en masse, tels les options copier-coller et modifications multiples au sein de Kenshoo Ad Manager. Cela a permis à TicketsNow de personnaliser ses publicités en fonction des zones géographiques, de la population démographique et des comportements individuels pour gagner ainsi de nouveaux fans et faire augmenter le volume de ses fans de façon bien plus efficace qu'auparavant.

### RÉSULTATS

Grâce à Kenshoo, TicketsNow a pu réduire considérablement le temps passé à la gestion des campagnes ainsi que son CPF moyen sur Facebook. Durant une période de trois mois, TicketsNow a réduit son CPF moyen de 44 %.

TicketsNow a réduit son coût-par-fan moyen de

44 %

# #Économie de temps

« Les économies de temps que notre équipe a pu réaliser en matière de création de campagnes et de construction de variantes de ces campagnes avec Kenshoo nous permet aujourd'hui de consacrer plus de temps à notre stratégie Facebook. Comme la plateforme Kenshoo simplifie les tâches les plus fastidieuses, nous avons pu examiner les données à notre disposition et les mettre à contribution en créant des offres plus pertinentes et de nouvelles méthodes d'évaluation de nos publicités. »

---

**Sachin Gadhvi**  
Directeur marketing

**ticketsnow** 

---

