

eProspects quadruple son taux de conversion avec Kenshoo Portfolio Optimizer™

Les campagnes des services financiers bénéficient des algorithmes réactifs de Kenshoo

CONTEXTE



eProspects est une agence de média numérique britannique qui a adopté une approche centrée sur

les performances. Elle élabore des solutions de texte d'annonce pour ses clients des services financiers, dans le but de les rapprocher d'audiences à travers les différents canaux de média numériques. eProspects a commencé à travailler avec Kenshoo™ pour répondre à ses besoins en marketing de recherche en 2008, tissant progressivement un partenariat solide fondé sur les performances et l'innovation.

DÉFI

eProspects surveille en permanence ses campagnes dans un souci d'optimisation des performances. Sur un marché vertical fortement concurrentiel et onéreux comme celui des services financiers, l'efficacité est primordiale. La société a commencé par rechercher des moyens d'améliorer ses performances tout en maintenant ou en améliorant son coût par acquisition. Les équipes du compte passaient un nombre d'heures incalculable à analyser les données des campagnes afin de déterminer la meilleure stratégie d'enchères en fonction des objectifs, c'est pourquoi l'équipe Kenshoo a fini par suggérer une approche plus automatisée.

SOLUTION

Kenshoo a travaillé avec eProspects pour mettre en œuvre la stratégie basée sur l'offre de Kenshoo, ou Kenshoo Portfolio Optimizer (KPO), qui vise à améliorer le taux de conversion. Des objectifs de campagne spécifiques, ainsi que la nécessité d'utiliser un algorithme très réactif, ont fait

l'objet de longues discussions. L'équipe de spécialistes de Kenshoo a mené une analyse en profondeur pour déterminer si Kenshoo Portfolio Optimizer produirait les résultats attendus. Après son lancement, le système Kenshoo a fourni des stratégies d'enchères en fonction des conditions du marché et des objectifs définis. L'équipe eProspects bénéficiait d'une visibilité totale sur les suggestions d'enchères et était capable d'évaluer les modèles de performances anticipés. Cela a permis à l'équipe de conserver sa visibilité tout en économisant du temps. Le système Kenshoo a effectué l'analyse en profondeur, une étape que l'équipe eProspects réalisait habituellement à la main.

RÉSULTATS

Les campagnes utilisant Kenshoo Portfolio Optimizer ont produit des résultats exceptionnels. Les taux de conversion ont doublé, voire quadruplé dans certains cas. KPO a systématiquement généré une augmentation du nombre de clics et de conversions, tout en réduisant le coût par clic et l'acquisition. « Nous sommes enthousiasmés par les résultats et apprécions particulièrement la réactivité des recommandations d'enchères du système Kenshoo », déclare Azam Zaka, PDG de eProspects.

« Au vu des excellents résultats des premières campagnes, nous avons déployé des stratégies basées sur l'offre pour l'ensemble de notre clientèle. »

Azam Zaka 
PDG de eProspects

