

Kenshoo permet une hausse de 71% du ROI

iProspect utilise Kenshoo pour générer plus de 500 millions d'impressions ultra ciblées et un engagement de marque sans précédent



CONTEXTE

iProspect, une agence leader dans la performance numérique d'envergure internationale, avait une relation de longue date avec un client fabricant de vêtements très intéressé par la publicité sociale. Cette agence et son client ont travaillé ensemble à l'élaboration d'une campagne de marketing social articulée autour de Facebook.

DÉFI

iProspect exploitait le média social pour entrer en contact avec l'un des marchés principaux du fabricant de vêtements, les étudiants universitaires. Pour atteindre ses objectifs ambitieux en termes de notoriété et de conversion, l'équipe devait créer une campagne aussi séduisante que ciblée.

Les cibles, textes d'annonce et expériences de page de destination devaient être coordonnés pour garantir que les étudiants seraient attirés par les couleurs de leur université et dirigés vers une page personnalisée en fonction de leur établissement. Un dispositif de suivi complexe était également nécessaire pour mesurer l'efficacité de la performance et l'optimiser au besoin.

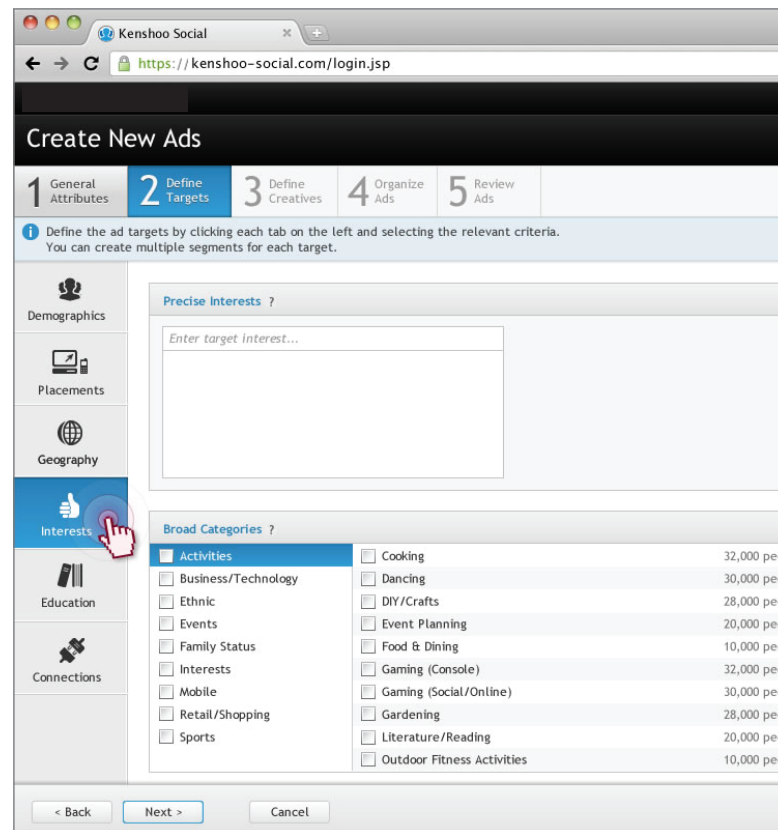
SOLUTION

iProspect a lancé la campagne à l'aide du jeu de fonctionnalités sophistiquées de Kenshoo. Kenshoo, conçu spécifiquement pour les campagnes Facebook, a permis à l'agence de créer une série de campagnes et de publicités ciblant spécifiquement chaque segment d'audience avec un texte d'annonce parfaitement adapté.

La structure du groupe de publicités propre à Kenshoo a permis à iProspect de créer des publicités ciblant différentes catégories de personnes, puis de regrouper ces publicités par style et couleur en fonction des couleurs particulières d'une université donnée.

RÉSULTATS

Par rapport aux campagnes précédentes, on a observé une augmentation de 71 % du ROI des campagnes traitées avec Kenshoo. La création de cibles et de publicités extrêmement pertinentes à grande échelle via Kenshoo a porté ses fruits puisque la campagne a reçu plus de cinq cent millions d'impressions de publicités. Au final, la campagne a touché l'équivalent de cinq audiences de Super Bowl en offrant en plus une meilleure capacité de lecture de la réaction de l'observateur grâce à un modèle très efficace.



Broad Categories ?	Audience Size
Activities	32,000 pe
Business/Technology	30,000 pe
Ethnic	28,000 pe
Events	20,000 pe
Family Status	10,000 pe
Interests	32,000 pe
Mobile	30,000 pe
Retail/Shopping	28,000 pe
Sports	20,000 pe
Cooking	10,000 pe
Dancing	10,000 pe
DIY/Crafts	10,000 pe
Event Planning	10,000 pe
Food & Dining	10,000 pe
Gaming (Console)	10,000 pe
Gaming (Social/Online)	10,000 pe
Gardening	10,000 pe
Literature/Reading	10,000 pe
Outdoor Fitness Activities	10,000 pe