

通过使用 Kenshoo (Kenshoo 社交版), TicketsNow 在按粉丝数付费上降低了 44%



TicketsNow 是一家针对运动、音乐会和戏剧门票的领先转售市场, 它创建了强大的付费搜索项目, 以吸引访客访问其网站 TicketsNow.com, 并促成转换。在 2010 年, TicketsNow 开始使用 Kenshoo Enterprise™ (Kenshoo 企业版) 管理其强大的付费搜索广告系列。通过使用 Kenshoo™ 的算法规则和基于模型的竞价政策, TicketsNow 可有效优化数以百万计的关键字, 并使来自其搜索引擎营销的整体贡献翻倍。为通过 Kenshoo Universal Platform™ (Kenshoo 通用平台) 取得成功, TicketsNow 努力使用 Facebook 广告扩展社会营销。

挑战

TicketsNow 知道在 Facebook 上打造积极参与的粉丝群将提升其业务收入。根据 2011 年 11 月的 SocialCode 调查显示, Facebook 粉丝参与和转换品牌的可能性是非 Facebook 粉丝的 291%。TicketsNow 面临的挑战是如何以有针对性的高效且划算的方式获得新粉丝。

TicketsNow 团队发现, 在 Facebook 上开发和实施广告系列设置、管理和报告过程所花费的宝贵时间本可用来分析结果、发展见解和优化投资。此外, TicketsNow 需要根据符合公司目标的允许的按粉丝数付费 (CPF) 指标, 扩展其项目

解决方案

Kenshoo (Kenshoo 社交版) 使 TicketsNow 可灵活执行多个广告系列策略, 从而根据产品类别 (如体育、音乐会或戏剧) 设置广告系列。通过使用 Kenshoo (Kenshoo 社交版) 排列向导, TicketsNow 可快速创建广告, 并有效测试每个广告系列中的不同变型。结构重组几乎一经实施就改善了 CPF。

为坚持 CPF 目标, 已经在档案级别实施了 Kenshoo (Kenshoo 社交版) 四个特定于 Facebook 的竞价政策之一 - “控制 CPA”。得益于 Kenshoo 通用平台的透明性, TicketsNow 可审查所有竞价变化, 并了解细分的绩效。

确定竞价政策后, TicketsNow 团队可使用 Kenshoo Ad Manager (Kenshoo 社交版广告管理器) 中诸如复制/粘贴和多编辑这样的批量管理工具轻松地测试副本和创意。这使得 TicketsNow 可根据地点、人群和行为定制广告, 同时吸引新粉丝, 并以更高效的方式增加粉丝数量。

结果

通过使用 Kenshoo (Kenshoo 社交版), TicketsNow 显著减少了花在管理广告系列上的时间并降低了 Facebook 上的平均 CPF。在三个月的时间里, TicketsNow 的平均 CPF 下降了 44%。

TicketsNow 降低了平均按粉丝数付费

44%



#TimeSaved

“我们团队在 Kenshoo (Kenshoo 社交版) 内进行广告系列创建和打造各种不同测试方面节省的时间让我们可将更多的时间用于我们的 Facebook 项目策略。Kenshoo 的平台简化了更多乏味冗长的任务, 这样一来, 我们可以深度挖掘数据, 通过微调的竞价和新广告单元测试, 将这些见解切实付诸实践。”

营销总监

Sachin Gadhvi

ticketsnow[™] 

