

Grâce à eBay Enterprise, l'entreprise Alex and Ani a réussi à améliorer son ROI de 80 % avec les publicités Facebook en ayant recours à Kenshoo

CONTEXTE

ALEX AND ANI

Facebook est devenu un composant essentiel du mix marketing numérique pour les marques et s'est imposé comme un canal de communication de réponse directe puissant pour les spécialistes du marketing, ce qui a conduit à une forte progression du volume des ventes, des recettes et du ROI. Au cours des dernières années, la publicité sur Facebook a beaucoup contribué au développement du bijoutier écologique Alex and Ani. La société connaît un développement exponentiel avec un effectif qui est passé de moins de 30 employés à presque 1 000 et une croissance de 3 569 % représentant un chiffre d'affaires supérieur à 200 millions de dollars.



DÉFI

En 2013, l'entreprise Alex and Ani a commencé à concentrer et à améliorer ses efforts en matière de publicités Facebook. Les spécialistes du marketing ont adopté les réseaux sociaux pour développer la marque et susciter l'intérêt. Pour autant, beaucoup ont eu du mal à tirer un avantage financier de ce canal. Vice-président de la stratégie numérique chez Alex and Ani, Ryan Bonifacino et son équipe se sont tournés vers eBay Enterprise dans le but d'accroître les ventes et de dégager un important retour sur investissement grâce aux publicités Facebook.

SOLUTION

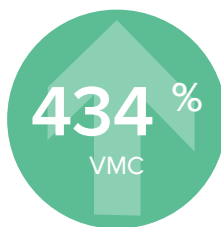
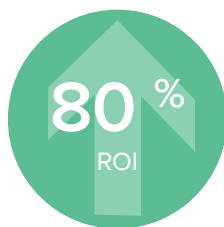
L'équipe eBay Enterprise a proposé des conseils stratégiques pour rentabiliser au mieux les publicités payantes sur Facebook d'Alex and Ani. eBay Enterprise a proposé à Alex and Ani de tester Kenshoo, une plateforme de technologie avancée pour automatiser la création, la gestion et l'optimisation des campagnes de marketing social de manière très ciblée. Le résultat des différents tests réalisés

avec Kenshoo a démontré à l'entreprise Alex and Ani que Facebook pouvait être un canal de communication évolutif et rentable.

Pour Bonifacino, il était important non seulement de susciter l'intérêt des clients existants via les publicités Facebook, mais aussi de toucher un nouveau public. Pour y parvenir, Tara Siegel, superviseur du Search payant et des opérations de livraison chez eBay Enterprise, savait qu'il était essentiel d'avoir recours aux fonctions de ciblage plus élaborées disponibles avec Kenshoo et Facebook. En exploitant les audiences personnalisées, l'équipe a su identifier les audiences hors ligne de la marque parmi les utilisateurs de Facebook. Pour accentuer ce phénomène, l'équipe s'est appuyée sur des audiences similaires et a combiné les informations sur les clients existants d'Alex and Ani avec celles de Facebook en matière de caractéristiques sociodémographiques, de zones géographiques et de centres d'intérêt.

Outre ces méthodes tactiques de ciblage plus granulaires, Siegel et l'équipe ont également eu recours aux publicités des publications de pages non publiées pour créer des messages personnalisés à l'attention d'une audience cible spécifique. Ce type de publicité présente l'avantage de permettre l'utilisation de ces publications exclusivement à des fins de publicité et de ne pas les publier sur la page officielle Facebook de la marque, ce qui permet à Alex and Ani de conserver un message cohérent sur sa page.

Grâce aux campagnes à la performance (DDC, Demand-Driven Campaigns™) de Kenshoo, l'équipe eBay Enterprise a pu générer et gérer automatiquement les publicités ciblées sur Facebook à partir du flux des produits Alex and Ani. Ce processus de création publicitaire automatique a permis de diffuser rapidement les publicités spécifiques, tout en ciblant en priorité les produits les plus performants sur la base des indicateurs de demande et des signaux de performance, ce qui a conduit à la fois à l'amélioration des performances et à une meilleure gestion des dépenses.



RÉSULTATS

Peu de temps après avoir migré sur la plateforme Kenshoo, l'entreprise Alex and Ani a commencé à voir ses résultats s'améliorer grâce à ses publicités sur Facebook. Ces résultats ont continué à propulser les ventes jusqu'à la période des fêtes de fin d'année.

Pendant la période comprise entre Thanksgiving et le « cyber lundi » (journée d'achats en ligne), les publicités Facebook ont permis de réaliser un **chiffre d'affaires prodigieux de 1,6 million de dollars**. Pour la seule journée de Thanksgiving, le chiffre d'affaires généré par les publicités Facebook a dépassé celui des campagnes de publicité de Search payant menées par l'entreprise en collaboration avec Google, avec une impressionnante **hausse de 73,14 % de retour sur investissement publicitaire (ROAS)** sur Facebook, tout cela en réduisant le niveau des dépenses sur ce canal. Sur une journée qui a connu un pic de fréquentations, Alex and Ani a réalisé avec Facebook un chiffre d'affaires supérieur à celui réalisé sur toute l'année précédente ! Au cours de cette période, le principal défi auquel a été confrontée l'entreprise Alex and Ani était de suivre le rythme imposé par la demande soutenue.

Pour l'équipe eBay Enterprise, la plateforme Kenshoo garantit aux clients des résultats excellents. « Étant donné que nous sommes spécialisés dans la recherche à l'attention des marques axées sur le commerce, à l'instar d'Alex and Ani, nos équipes sont réparties

sur les différents canaux, ce qui nous permet de transférer rapidement les investissements entre les médias comme Google et Facebook » expliquait Jorie Waterman, responsable du suivi des canaux à haute performance. « Cette méthode nous permet d'obtenir le meilleur retour sur investissement possible et une gestion plus efficace des dépenses consacrées aux médias par nos clients. Grâce aux campagnes de Search payant avancées et aux plateformes de publicités sociales payantes de Kenshoo étroitement liées, notre équipe est toujours en mesure de réaliser les meilleurs résultats possibles. »

En comparant les performances des publicités sur Facebook au cours des 6 mois précédant le recours à la plateforme Kenshoo et la période de 6 mois qui a suivi, Alex and Ani et l'équipe eBay Enterprise ont noté une augmentation significative de leurs performances. Au cours de cette période, **le ROI a progressé de 80 %** et, parallèlement, **le chiffre d'affaires a été multiplié par 44**, du jamais vu. En outre, la valeur moyenne par commande (VMC) est passée d'environ 14 \$ à plus de 75 \$, soit une **augmentation de 434 %**. Ces gains s'expliquent par la mise en place d'un ciblage plus sophistiqué et pertinent, sur la recommandation de l'équipe eBay Enterprise, ainsi que par la capacité de mise à l'échelle efficace rendue possible par la plateforme Kenshoo.



Les stratégies et les meilleures pratiques promues par l'équipe eBay Enterprise ont permis de trouver des idées pour améliorer notre programme de publicités Facebook et d'en faire le moteur de nos objectifs de réponse directe. La plateforme Kenshoo, associée à notre équipe eBay Enterprise, nous a permis de renforcer le positionnement d'Alex and Ani au cours du second semestre 2013 et nous prévoyons aujourd'hui de continuer à augmenter le niveau d'investissement dans les publicités Facebook à la suite des performances que nous avons pu observer. »

— Ryan Bonifacio, Vice-président de la stratégie numérique chez Alex and Ani