

Kenshoo et AsiaPac Net Media aident une société de renom du secteur de la mode en ligne à augmenter jusqu'à 15 fois plus ses ventes et revenus.

CONTEXTE



Un détaillant de renom japonais du secteur de la mode en ligne possédant de nombreux emplacements en Asie, a contacté AsiaPac Net Media pour engendrer plus d'engagements en ligne ciblés afin d'augmenter les conversions de vente, d'ajouter de nouveaux membres et de réduire le coût par commande sur le marché d'Hong Kong.

DÉFIS

- ▶ Atteindre plus efficacement un public hautement ciblé pour éviter une exposition importante et peu de conversions
- ▶ Augmenter le nombre de nouveaux clients, 89 % des ventes en cours provenant d'anciens clients
- ▶ Réduire le coût moyen par nouvelle commande qui était 40 fois plus élevé que les commandes pour les clients récurrents

SOLUTION

AsiaPac Net Media s'est associé à Kenshoo pour augmenter les performances et le ROI des campagnes numériques du détaillant du secteur de la mode en ligne sur l'ensemble des canaux et appareils. Kenshoo a fourni à la marque des données plus détaillées pour gérer, automatiser et optimiser efficacement ses publicités Search et campagnes de publicités sociales.

L'équipe AsiaPac a mis à profit Kenshoo pour supprimer plus de 7500 mots-clés sous performants et les a remplacés par environ 3000 mots-clés nouvellement identifiés et étendus. Les algorithmes avancés de Kenshoo ont permis de s'assurer que chaque dollar dépensé était investi de manière optimale sur l'ensemble du portefeuille de mots-clés. Avec les politiques d'enchère Kenshoo activées, l'équipe a pu baisser graduellement les coûts d'enchères et atteindre la meilleure efficacité de coût tout en continuant d'entraîner des conversions élevées.

De plus, le détaillant en ligne a pu définir rapidement et efficacement plusieurs publicités de Search payant avec des textes d'annonces personnalisés pour des centaines de groupes. Elles pouvaient être automatiquement exécutées sur une gamme de canaux et appareils, y compris les extensions de publicité Yahoo et Google sur ordinateurs de bureau et appareils mobiles. En conjonction avec ses efforts de publicités Facebook et d'affichage, Kenshoo a permis au détaillant de cibler intentionnellement un public spécifique pour créer des campagnes hautement ciblées sur plusieurs canaux.

RÉSULTATS



Après un mois d'informations actionnables de Kenshoo, les ventes et revenus du détaillant en ligne ont augmenté de 2,5 fois avec une augmentation incroyable de 15 fois supérieure lors d'une campagne promotionnelle d'anniversaire. Les inscriptions de nouveaux membres ont également augmenté de 2,4 fois dans l'ensemble et de 4 fois pendant la promotion.

Après seulement deux semaines, le coût par commande a diminué significativement de 16 % pour les acheteurs récurrents et de manière impressionnante de 61 % pour les nouveaux acheteurs, indiquant la capacité d'optimisation de Kenshoo concernant les clients les plus importants. Une diminution supplémentaire de 45 % a été enregistrée pendant la promotion d'anniversaire.

AsiaPac va continuer d'étendre cette approche intégrée à la campagne numérique du détaillant en mettant à profit la puissance combinée de Kenshoo pour engendrer des gains incrémentiels et automatiser des campagnes sur l'ensemble des canaux.