

iProspect sorgt bei Journeys für Ertragssteigerung um 39 % im Jahresvergleich dank Wechsel zu Kenshoo Portfolio Optimizer™

HINTERGRUND



Journeys ist führend in der nordamerikanischen Einzelhandelsszene für Teenager. Der Fokus liegt auf Schuhen und Accessoires für die 13- bis 22-Jährigen und 800 Geschäften in allen 50 Staaten der USA, in Puerto Rico und in Kanada. Die Marke ist herausgefordert, ständig mit ihren jungen, modebewussten und gut informierten Verbrauchern Schritt zu halten. Um die Absichten potenzieller Käufer zu erfassen, greift Journeys auf ein ausgefeiltes Suchmaschinenmarketing-Programm zurück. iProspect, global führend im digitalen Leistungsmarketing, wusste, dass eine fortschrittliche Keyword-Optimierung der bezahlten Suchmaschinenwerbung von zentraler Bedeutung war.



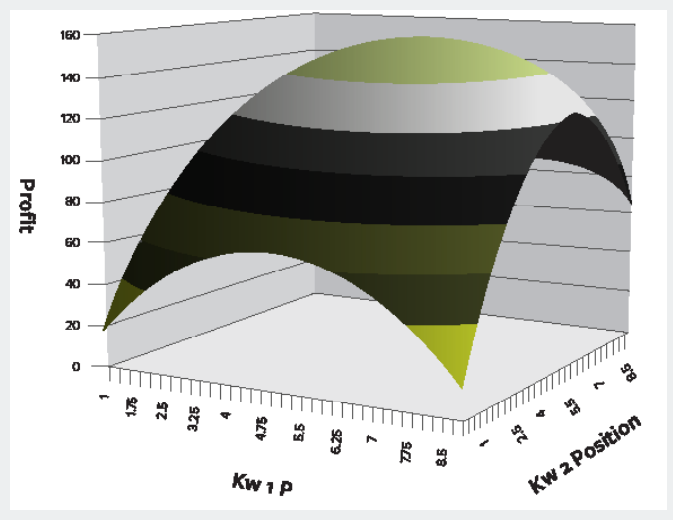
HERAUSFORDERUNG

Die Keyword-Reichweite für die bezahlte Suchmaschinenwerbung musste das enorme Produktangebot von Journeys angemessen repräsentieren, und zwar hinsichtlich des eigenen Markennamens sowie der geführten Marke. Folglich war das manuelle Bid Management anfänglich zwar arbeitsintensiv, aber auch höchst praktisch. Aufgrund dieses Plans konnte das Programm von Journeys einen hohen Standard an Kontrolle und Sichtbarkeit gewährleisten, um das ROI-Ziel zu erfüllen und den Ertrag zu steigern. Mit der Ausweitung des Programms wurde jedoch auch eine effizientere Lösung benötigt.

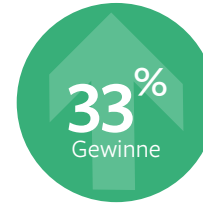
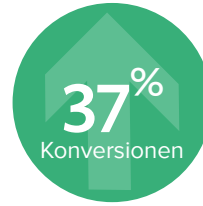
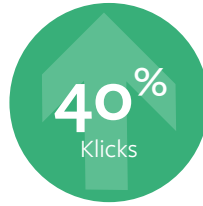
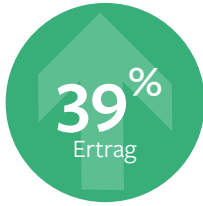
LÖSUNG

Kenshoo bietet iProspect eine intelligentere Methode mit mehr Automatisierungsmöglichkeiten zum Optimieren der SEM-Kampagnen von Journeys. Das Kenshoo-Team hat die Durchführung von Tests über die Portfolio-Gebotsoptimierung „Kenshoo Portfolio Optimizer (KPO)“ empfohlen. Im Gegensatz zu manuellen oder regelbasierten Optionen wird KPO durch proprietäre Algorithmen unterstützt, die Vorhersagemodelle sowie Cluster für Keywords zum Maximieren der Kampagnenergebnisse automatisch erstellen. Zusätzlich kann das Team mit KPO aufgrund der Migration in erweiterte Kampagnen Gebotsanpassungen für Mobilgeräte auf Anzeigengruppenebene vornehmen. Auf diese Weise können nun aussagekräftige Gebote für Mobilgeräte abgegeben werden.

Kenshoo ist mit iProspect eine Partnerschaft eingegangen, um Empfehlungen, bewährte Methoden und Anleitungen für den Wechsel zur portfoliobasierten Gebotslösung bereitzustellen. Gemeinsam wählte das Team die KPO-Ertragsrichtlinie als beste Methode zur Umsetzung des Programms von Journeys, um den Ertrag zu maximieren und gleichzeitig den anvisierten ROI des Kunden zu erzielen.



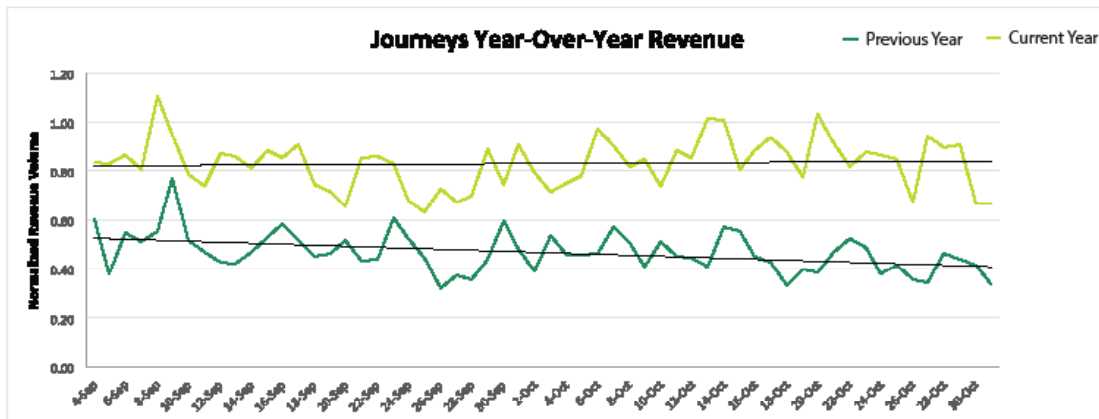
ERGEBNISSE IM JAHRESVERGLEICH



Journeys konnte nach der Einführung von KPO im September im Vergleich zum Vorjahr seinen Ertrag um 39 % steigern. Durch die Kombination der Textanzeigenleistung mit Product Listing Ads war der durchschnittliche Tagesertrag zwischen September und Oktober 77 % höher als in demselben Zeitraum des Vorjahres. Insgesamt näherten sich Erträge und ROI immer mehr den Zielen des Kunden an.

Das iProspect-Team ging die Partnerschaft mit Kenshoo ein, um die Ziele von Journeys zu erreichen und zu übertreffen. Dabei profitierte iProspect von einer Lösung mit besserer Automatisierung, ohne dabei die Sichtbarkeit der manuellen Gebote zu verlieren. Die Teams von Kenshoo und iProspect konnten in regelmäßigen Sitzungen die Leistung überprüfen und überwachen und so den kontinuierlichen Erfolg für Journeys sicherstellen.

Auch wenn das Hauptziel von KPO auf den Ertrag ausgerichtet war, wirkte sich die automatische Optimierung ebenso auf andere Schlüsselmetriken positiv aus. Im Jahresvergleich erhöhten sich die Klicks (um 40 %), Konversionen (um 37 %) und Gewinne (um 33 %).



“iProspect stellte unmittelbar nach der Einführung von KPO **positive Auswirkungen auf den Ertrag** fest. Das Ertragsrichtlinienprogramm ermöglichte es uns, **die Skalierbarkeit so zu bewahren**, dass unsere SEM-Kampagnen davon profitieren konnten. Ich denke, iProspect würde bestätigen, dass wir jetzt viel schneller auf Markttrends reagieren können. Wir sind mit der Leistung von Kenshoo Portfolio Optimizer sehr zufrieden und **freuen uns auf noch größere Effizienzen**, die der Algorithmus durch die kontinuierliche Datenerfassung ermöglicht.“

– John Tighe, VP Direct, The Journeys Group