

Kenshoo Portfolio Optimizer produisent une augmentation de 28 % des revenus en misant sur la vraie valeur des mots-clés

CONTEXTE



WhiteFence est le site de comparaison de prix numéro un aux États-Unis pour les services publics et à domicile. Évoluant sur un marché complexe, WhiteFence doit rivaliser avec ses concurrents directs ainsi qu'avec les fournisseurs de services sur le terrain des mots-clés de Search payant. Il est donc toujours à la recherche d'un avantage sur la concurrence pour l'optimisation des enchères. Pour compliquer davantage les choses, WhiteFence est présent sur plus d'une dizaine de marchés verticaux avec des comportements de clients extrêmement différents.

DÉFI

Différents comportements de clients impliquent différents chemins de conversion et différentes valeurs des interactions pour chaque chemin, ce qui rend chaque modèle difficile à utiliser. Par exemple, les personnes à la recherche de services téléphoniques et Internet peuvent avoir un cycle de conversion plus long et cliquer sur plus de publicités au cours du processus que celles qui recherchent des fournisseurs d'électricité à meilleur prix.

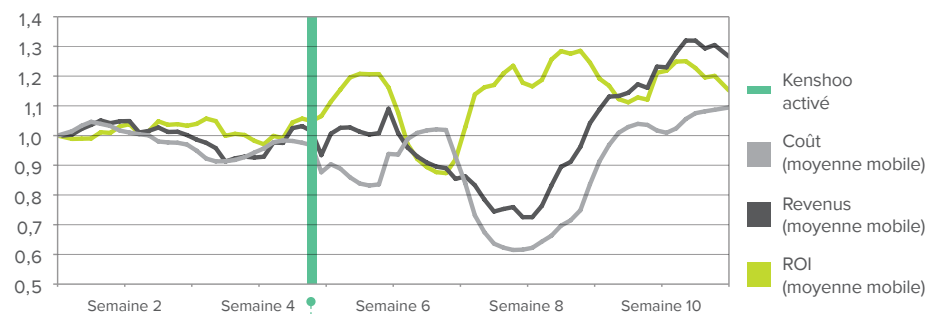
SOLUTION

Au lieu de gérer manuellement et individuellement chaque marché vertical, WhiteFence a adopté Kenshoo™ afin de réallouer intelligemment la valeur aux mots-clés pour chaque chemin de conversion spécifique. Kenshoo a automatiquement reconnu les comportements propres aux différents types de consommateurs et a commencé à assigner des valeurs d'interaction avec plus de précision. Tout en implémentant Kenshoo, WhiteFence a pu tirer parti du Kenshoo Portfolio Optimizer™ pour ajuster automatiquement les enchères au niveau du mot-clé.

RÉSULTATS

Kenshoo a passé les valeurs de conversion aux mots-clés qui apportaient réellement le plus de valeur. Par conséquent, Kenshoo Portfolio Optimizer a ajusté les enchères en fonction de ces mots-clés plus fructueux afin de générer une augmentation de revenus globale de 28 % pour une simple augmentation des dépenses de 9 % et une hausse du ROI de 17 %.

Impact sur les résultats d'optimisation des enchères de WhiteFence à partir de l'activation de Kenshoo



À mesure que les données Kenshoo commencent à influencer les enchères, la valeur des mots-clés dont la contribution était surévaluée par le modèle précédent est revue à la baisse, réduisant ainsi le coût et augmentant le ROI.

