

Netshoes erzielt mithilfe von Kenshoo Demand-Driven Campaigns™ eine Erhöhung der Konversionsrate um 200 %

HINTERGRUND



Laut Internet Retailer ist Netshoes mit ungefähr 17 Millionen Besuchern seines Onlineshops pro Monat der weltweit größte eCommerce-Händler für Sportartikel. Mit dem Wachstum von Facebook in Brasilien erkannte Netshoes frühzeitig die Gelegenheit, seine Produkte in dem sozialen Netzwerk zu bewerben. Deshalb begann das Team, eine Strategie für die Steigerung des ROI und des Ertragswachstums durch Facebook-Werbung zu entwickeln.

HERAUSFORDERUNG

Das Portfolio des Onlinebestands von Netshoes umfasst ungefähr 40.000 Artikel. Damit alle Produkte abgedeckt werden konnten, erstellte und verwaltete das Team produktspezifische Anzeigen mit individualisierten URLs per Hand. Dieser Prozess erwies sich für das Team als sehr zeitaufwendig und arbeitsintensiv. Am Ende fehlte eine Möglichkeit, das Facebook-Programm auf Grundlage der Produkte mit Bestleistung entsprechend zu messen und effizient zu optimieren.

LÖSUNG

Im Rahmen einer Prüfung von Social Media Advertising-Plattformen suchte das Netshoes-Team nach einer Lösung für die Herausforderungen, die durch den umfangreichen Bestand des Unternehmens entstanden. Kenshoo stellte ein einmaliges Tool bereit, mit dem das Team auf Grundlage des Produktbestands dynamisch Anzeigen auf Facebook erstellen konnte. Dieser Vorteil führte zu der Partnerschaft zwischen Netshoes und Kenshoo.

Nach der Implementierung von Kenshoo Demand-Driven Campaigns (DDC) profitierte Netshoes von der automatischen Erstellung und Verwaltung produktspezifischer Anzeigen auf Facebook, die auf dem eigenen Produktfeed basierten. Durch die Verbindung mit dem Backend-Produktfeed konnte die Kenshoo-Technologie die relevantesten Trendprodukte auf Grundlage der Nachfrage und Leistungssignale automatisch ermitteln, auswählen und auf Facebook bewerben. In Kombination mit der Kenshoo-Funktion für die URL-Erstellung sparte Netshoes beim Starten neuer, maßgeschneiderter Kampagnen enorm Zeit ein.

Zum einen war es möglich, produktspezifische Anzeigen schnell zu schalten, und zum anderen konnten die Produkte mit Bestleistung eindeutig bestimmt und priorisiert werden, was zu besseren Ergebnissen und einer effizienteren Ausgabenverwaltung führte. Mit DDC wurden alle Änderungen an Produktattributen wie Preis, Größe oder Verfügbarkeit automatisch und dynamisch auf Facebook aktualisiert.

Zudem nutzte das Netshoes-Team die anderen Workflow-Tools von Kenshoo, um maximale Effizienz und Leistung zu erzielen. Mit der benutzerfreundlichen Filterfunktion und dem Tool für die erweiterte Suche konnte das Team bestimmte Kampagnen, Anzeigen und Produkte genau festlegen, um spezifische Updates für eine genauere Steuerung auszuführen oder zu planen.

ERGEBNISSE



Nach der Implementierung von Kenshoo DDC während des Weihnachtsgeschäfts verzeichnete Netshoes im Vergleich zu seiner Baseline für Facebook-Werbung erhebliche Verbesserungen.

Die Kampagnen mit DDC erwiesen sich als wesentlich leistungsstärker und zeigten enorme Verbesserungen der Leistungskennzahlen und letztendlich des ROI. DDC erstellte stärker maßgeschneiderte und relevantere Anzeigen, die für die Produkte mit Bestleistung optimiert waren. Dies führte innerhalb nur eines Monats zu einer Erhöhung der Konversionsrate um 200 % bei einer gleichzeitigen Kostensenkung pro Konversion um fast 40 %.