

Grâce aux campagnes à la performance (Demand Driven Campaigns™, DDC) de Kenshoo, Netshoes a vu son taux de conversion augmenter de 200 %

CONTEXTE



Selon le magazine Internet Retailer, Netshoes est le plus grand fournisseur e-commerce au monde d'articles de sport, avec 17 millions de visiteurs environ par mois sur son magasin en ligne. Avec la croissance de Facebook au Brésil, Netshoes a rapidement perçu l'intérêt de faire la promotion de ses produits sur le réseau social. À ce titre, l'équipe a commencé à développer une stratégie pour optimiser le ROI (retour sur investissement) et accroître les recettes grâce aux publicités Facebook.

DÉFI

Netshoes dispose d'un portefeuille de produits en ligne d'environ 40 000 articles. Pour assurer la visibilité de tous les produits, l'équipe devait créer et gérer manuellement des publicités pour chaque produit avec une URL spécifique. Ce processus s'est avéré très gourmand en temps et très fastidieux pour les membres de l'équipe ; en fin de compte, il leur manquait un outil qui permette de mesurer correctement le programme Facebook et de l'optimiser efficacement en fonction des produits les plus performants.

SOLUTION

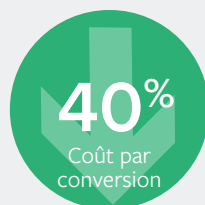
En étudiant les plates-formes publicitaires des réseaux sociaux, Netshoes a cherché une solution pour relever le défi engendré par ses importantes quantités en stock. Kenshoo propose un outil sur mesure qui permet à l'équipe de créer de façon dynamique des publicités sur Facebook à partir de l'inventaire du produit. Cet avantage a incité Netshoes à s'associer à Kenshoo.

Grâce à la mise en œuvre des campagnes à la performance (Demand Driven Campaigns™, DDC) de Kenshoo, Netshoes a profité de la génération et de la gestion automatiques de publicités ciblées sur Facebook à partir du flux de ses propres produits. En se connectant au flux en amont, la technologie de Kenshoo a pu automatiquement identifier, sélectionner et promouvoir les produits les plus en vogue et les plus appropriés, sur la base des indicateurs de demande et des signaux de performance. À l'aide de la fonctionnalité « Build URL » de Kenshoo, Netshoes a gagné beaucoup de temps dans le lancement de nouvelles campagnes personnalisées.

Non seulement les publicités spécifiques pouvaient être lancées rapidement, mais les produits les plus performants pouvaient être clairement identifiés et classés par ordre de priorité afin d'améliorer les résultats et de mieux gérer les dépenses. Grâce aux campagnes à la performance DDC, toute modification des propriétés du produit, telles que son prix, sa taille ou sa disponibilité, était automatiquement mise à jour sur Facebook.

En outre, l'équipe Netshoes a également mis à profit les autres outils Kenshoo de workflow pour optimiser son efficacité et ses performances. Grâce à un système de filtre simple et à l'outil Advanced Search, l'équipe a pu identifier des campagnes, des publicités ou des produits particuliers, et exécuter ou planifier des mises à jour spécifiques en vue d'un contrôle plus fin.

RÉSULTATS



Suite à la mise en place de Kenshoo DDC pendant les fêtes de fin d'année, Netshoes a noté des améliorations significatives par rapport à ses publicités Facebook traditionnelles.

Les campagnes avec DDC se sont avérées plus efficaces et ont entraîné une amélioration importante des indicateurs clés de performance et, à la fin, un meilleur ROI. Les DDC ont permis de créer des publicités plus personnalisées et mieux ciblées pour les produits les plus performants, ce qui s'est traduit par une augmentation de 200 % du taux de conversion (CVR) et une diminution du coût par conversion de près de 40 % en l'espace d'un mois.