

Netshoes 采用 Kenshoo Social (Kenshoo 社交版) 需求推动的促销活动™ (DDC), 转换率增幅超过 200%

背景



《互联网零售商》杂志统计, Netshoes 是全世界规模最大的电子商务运动用品零售商, 其在线商店每月的访问者人数约为 1700 万人次。随着 Facebook 在巴西的蓬勃发展, Netshoes 意识到通过社交网络推广产品的早期商机。因此, 团队开始制定战略, 旨在通过 Facebook 广告提高投资回报率 (ROI) 和收入增长。

挑战

Netshoes 的在线库存组合包括约 40,000 种商品。为了确保覆盖所有产品, 团队以往通过个性化 URL, 手动创建并管理针对产品的广告。事实证明, 这个流程十分耗费时间, 也让团队花费了大量精力, 最终, 他们还无法根据绩效最佳的产品来适当衡量和有效优化 Facebook 广告计划。

解决方案

Netshoes 团队在评估社交广告平台的同时, 希望广告解决方案能够应对公司库存数量较大所带来的挑战。Kenshoo Social (Kenshoo 社交版) 则提供了独特工具, 让这个团队能够根据其产品库存, 在 Facebook 上动态创建广告。这项优势促使 Netshoes 与 Kenshoo 欣然合作。

继实施 Kenshoo Social (Kenshoo 社交版) 需求推动的促销活动™ (DDC) 后, Netshoes 可根据自身的产品源在 Facebook 上自动创建和管理针对产品的广告, 从而受益匪浅。Kenshoo Social (Kenshoo 社交版) 的技术能够与后端产品源相关联, 根据需求和绩效信号, 自动辨别、选择并在 Facebook 上宣传 Netshoes 最为相关的趋势产品。结合 Kenshoo 的 Build URL 功能, Netshoes 在发布定制新广告系列方面节省了大量时间。

针对产品的广告不仅能够迅速发布, 还可明确辨别表现最出色的产品并划分优先顺序, 从而改进业绩, 更好地管理开支。有了 DDC, 价格、尺寸或可获得性等产品属性如有变化, 都将在 Facebook 上自动动态更新。

此外, Netshoes 团队还充分利用 Kenshoo Social (Kenshoo 社交版) 的其他工作流程工具, 实现最高效率与绩效。团队通过运用轻松筛选和高级搜索工具, 可精确确定具体广告系列、广告或产品, 从而执行或安排具体更新, 实现更为精细的控制。

结果



在年末购物季期间实施 Kenshoo Social (Kenshoo 社交版) DDC 后, Netshoes 发现其 Facebook 广告活动相对基线出现了大幅度提高。

事实证明, 通过 DDC 开展的广告系列十分有效, 关键绩效指标 (KPI) 和投资回报率 (ROI) 均实现了大幅度改进。DDC 创造了更为度身定制、息息相关的广告, 针对表现最出色的产品进行了优化, 在短短的一个月时间中, 转换率 (CVR) 增长了 200%, 同时平均转换成本则下降了将近 40%。