

iProspect 通过采用 Kenshoo 组合优化器™ 使 Journeys 的年度收入环比提升 39%

背景



Journeys 是北美青少年专业零售卖场领域的领导者，主要面向 13 至 22 岁的青年销售鞋类和各种配饰，在美国 50 个州、波多黎各和加拿大拥有 800 家卖场。该品牌必须不断发展，才能跟上它年轻、新潮、机变的客户的节奏。为了捕捉潜在顾客的意图，Journeys 推出了一项复杂的搜索营销项目。iProspect 这位数字效果营销领域的全球领导者知道，应将先进的付费搜索关键字优化作为重中之重。



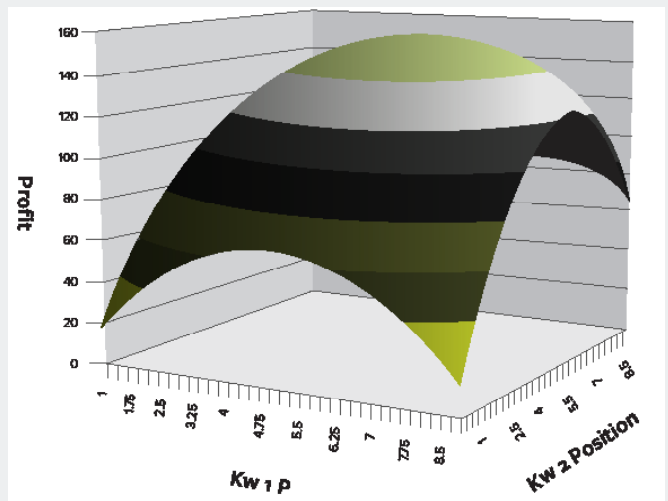
挑战

付费搜索关键字覆盖范围必须适当代表 Journeys 的大规模自有品牌和代售品牌库存，所以，尽管耗费大量人工，但一开始，手动竞价管理仍然是一种最为实际的方法。这一计划为 Journeys 项目提供了高水平的控制力和可见性，使他们可以实现自己的投资回报率 (ROI) 目标并提高收入。但是，随着项目规模的不断扩大，他们开始需要更加高效的解决方案。

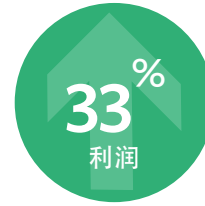
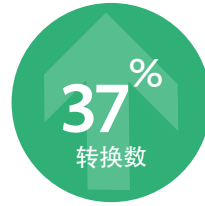
解决方案

通过 Kenshoo iProspect 为优化 Journeys SEM 广告系列找到了一种更加自动和智能的方式。Kenshoo 团队推荐试用它的组合竞价解决方案 Kenshoo 组合优化器 (KPO)。与其他手动或基于规则的解决方案不同，KPO 采用专有算法来运行预测模型和自动收集关键字，让广告系列能够实现最大的效果。此外，通过迁移加强广告系列，KPO 使团队能够在广告组级别处理移动竞价调整，从而使移动竞价告别猜测，落到实处。

Kenshoo 与 iProspect 携手合作，在过渡到基于组合的竞价解决方案方面提供建议、最佳实践和指导。双方都认为，为了实现最高收入，同时保持客户期望的 ROI Journeys 项目的最佳方法采用 KPO 收入政策。



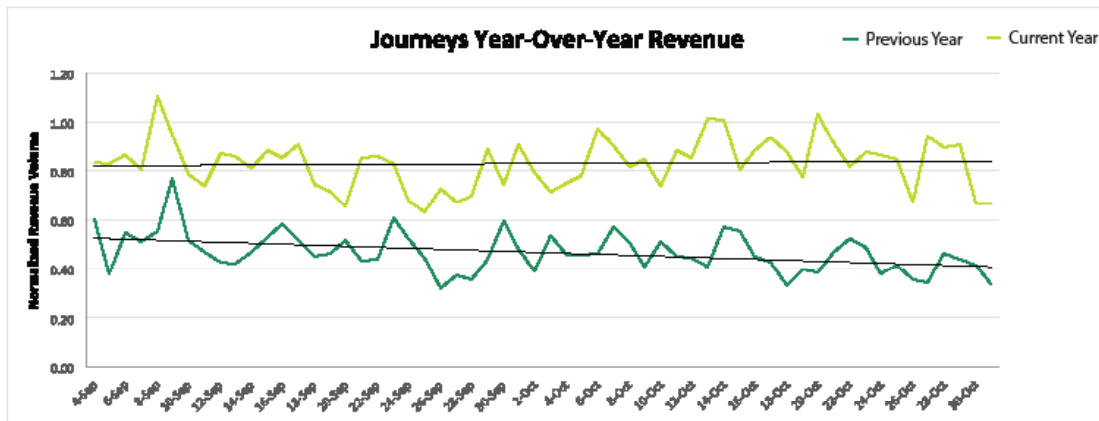
年度环比结果



9 月份 KPO 上线后，Journeys 年度收入实现了环比 39% 的提升。如果将文本广告的效果与产品清单广告的效果结合起来，9 月和 10 月之间的日平均收入比去年同期提高 77%。总体而言，收入和 ROI 更加符合客户的目标。

尽管 KPO 的目标主要是提高收入，但是自动化优化的积极效果还在其他关键指标上得到了体现。点击数的年度环比增长达到 40%，转换数的年度环比增长达到 37%，而利润的年度环比增长达到 33%。

iProspect 团队与 Kenshoo 合作，成功实现并超越了 Journeys 的各项目标。iProspect 因更加自动化的解决方案而受益，同时又没有失去手动竞价提供的可见性。通过提供例会会话来检查和监控效果，Kenshoo 和 iProspect 团队共同协作，确保了 Journeys 的持续成功。



“iProspect 采用了 KPO，后者对收入的积极影响立杆见影。收入政策计划使我们能够保持扩展能力，而且这种方式对我们的 SEM 系列产生了积极的影响。我们现在能够更快地对市场趋势做出反应，我相信，iProspect 肯定认同我的这种说法。我们对 Kenshoo 组合优化器的效果非常满意，并期待随着算法继续收集数据，我们能够获得更高的效率。”

— John Tighe The Journeys Group 直销副总裁