

Un détaillant augmente ses revenus venant de Search de presque 200 % avec Kenshoo™.

La solution de RealTime Campaign de Kenshoo permet de gagner du temps et d'obtenir de meilleures performances.

CONTEXTE

Un détaillant d'une grande popularité et faisant partie du groupe Fortune 500 offre aux clients un accès aux livres, magazines, journaux et à d'autres contenus sur l'ensemble de sa distribution à plusieurs canaux. En vue de la période d'activité intense des fêtes, la société a commencé à utiliser Kenshoo Enterprise™ pour gérer ses campagnes de search marketing.

DÉFI

La société voulait mettre l'accent sur sa technologie de livres électroniques ainsi que sur les titres les plus populaires afin que le détaillant ait une occasion unique de faire la promotion de son offre. La concurrence importante au sein de l'industrie nécessitait que la société soit efficace pour atteindre les clients grâce à des offres pertinentes aux moments opportuns. Afin d'accroître les ventes sur le site Web et les magasins hors ligne, le détaillant avait besoin de simplifier le workflow et d'afficher de manière dynamique les promotions pertinentes selon l'inventaire et les offres limitées dans le temps.

SOLUTION

Juste avant que la saison des fêtes ne commence, la société a choisi Kenshoo Enterprise pour gérer ses campagnes de référencement payant. Kenshoo a automatisé la création et l'optimisation de campagnes sur Google, Yahoo! et Bing, assurant ainsi à l'équipe de search marketing de la bonne exécution de la campagne et lui permettant également de se concentrer sur la stratégie à suivre pendant ses périodes de vente les plus élevées. La solution RealTime Campaigns (RTC) de Kenshoo a permis au détaillant de mettre à jour les campagnes automatiquement en fonction des inventaires et du merchandising. Par le biais d'un flux se connectant directement au système d'inventaire interne de la société, Kenshoo RTC a régulièrement mis à jour les mots-clés et les copies publicitaires pour correspondre aux prix et promotions les plus récentes. RTC a également mis des publicités en pause pour les produits qui n'étaient plus en vente ou en stock. L'inventaire de la société inclut plus d'un million d'articles uniques et sa gestion manuelle serait un processus très difficile.

RÉSULTATS

Non seulement la société a pu automatiser des tâches complexes et fournir des campagnes très pertinentes et dynamiques, mais elle a également constaté une augmentation significative de ses revenus dans le temps. **Le détaillant a bénéficié d'une augmentation de ses revenus de 182 % d'une année à l'autre durant la période des fêtes en novembre et décembre.**

