

Kenshoo と AsiaPac Net Media の協力により業界をリードする オンラインファッション販売会社の売上と収益が 15 倍に

背景



アジア全体に複数の拠点を持ち、業界をリードする某日本のオンラインファッション小売企業は、香港マーケットにおける販売コンバージョンの増加、新規会員の増員、注文1件あたりのコスト (CPO) の削減を達成するために、オンラインでよりターゲットを絞ってアピールする方法について、AsiaPac Net Media にサポートを依頼しました。

課題

- ▶ ターゲットを絞り込んだオーディエンスにより効率的にリーチして、コンバージョンの低い広告露出をなくす
- ▶ 現在の売上の 89% がリピーターによるものであるため、新規顧客を増やす
- ▶ リピーターによる注文の 40 倍のコストがかかる、新規注文1件ごとの平均コストを削減する

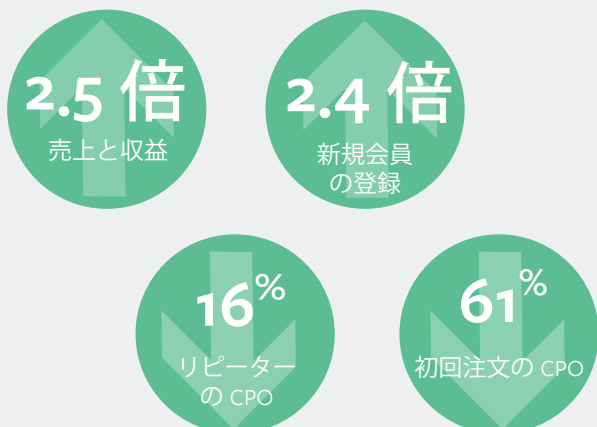
ソリューション

AsiaPac Net Media は Kenshoo をパートナーとして選択し、当該オンラインファッション小売企業の複数のチャネルやデバイスにわたるデジタルキャンペーンのパフォーマンスと ROI の改善に努めました。Kenshoo はこのオンライン小売企業に対し、彼らがより効率的に自社のリスティング広告とソーシャルキャンペーンを管理、自動化、最適化できるように深い洞察を提供しました。

AsiaPac Net Media のプロジェクトチームは Kenshoo Search™ を活用し、パフォーマンスの悪い 7,500 個以上ものキーワードを削除して、新しく特定および拡張されたキーワード約 3,000 個と置き換えました。Kenshoo の高度なアルゴリズムにより、キーワードのポートフォリオ全体に対する全ての投資が最適化されました。Kenshoo の入札ポリシーにより、AsiaPac Net Media と顧客のチームは高いコンバージョンを維持しながら徐々に入札コストを削減し、最大の費用対効果を実現しました。

また、当該オンライン小売企業は、数百のグループについて、複数のリスティング広告に、カスタマイズした広告クリエイティブを効率的かつ簡単に設定することができました。これらの広告は、PC とモバイル両方の Yahoo や Google の広告表示オプションを含む、あらゆるチャネルおよびデバイス間で自動的に実行可能です。Kenshoo は、Facebook やディスプレイ広告とあわせて、当該オンライン小売企業がよりターゲットを絞り込んだクロスチャネルのキャンペーンを作成し、購入の意向を示した特定のオーディエンスにターゲティングできるようにしました。

結果



Kenshoo が提供するアクション可能な分析結果の採用開始から 1 か月で、当該オンライン小売企業の売上と収益が 2.5 倍に、更にアニバーサリープロモーションキャンペーンと合わせると 15 倍と驚くべき伸びを見せました。新規会員登録数も、プロモーション期間は 4 倍、全体で 2.4 倍に増えました。

たった 2 週間で、注文1件あたりのコスト (CPO) がリピーターの注文で 16%、初回の注文で 61% と大幅に削減され、Kenshoo はこのオンライン販売企業にとって最も価値のあるお客様に向けた最適化を実現できたことを証明しました。アニバーサリープロモーション期間中には、更に 45% の削減を実現しました。

AsiaPac は、小売企業が追加の顧客獲得推進とチャネル横断的なキャンペーンの自動化をできるように支援するために、Kenshoo Search と Kenshoo Social™ を統合活用し、彼らのデジタルキャンペーンに対してこのアプローチを今度も拡張して行きます。