

Kenshoo aide eBay Australie à multiplier ses ventes par 90 grâce aux publicités Facebook

CONTEXTE



Plus de 8 millions de visiteurs unitaires se rendent chaque mois sur eBay Australie. Pour pouvoir entretenir des relations continues avec ces internautes, qui sont des acheteurs potentiels, l'équipe d'eBay utilise les publicités Facebook pour mettre en avant certains produits proposés à la vente ou mis aux enchères sur le site.

DÉFIS

- ▶ Toucher efficacement des publics finement ciblés
- ▶ Dimensionner efficacement les publicités Facebook sur un large éventail de produits offerts
- ▶ Atteindre des objectifs de ROI ambitieux et optimiser les programmes grâce à des produits à forte capacité de conversion

SOLUTION

eBay Australie s'est associé à Kenshoo pour améliorer son programme de publicités Facebook. Une fois réalisée l'installation sur Kenshoo, l'un des premiers produits à bénéficier d'une promotion réussie a été le Rainbow Loom, un appareil en plastique permettant de tisser des bracelets avec des élastiques de toutes les couleurs.

L'équipe d'eBay a utilisé le processus intuitif de création de publicités de Kenshoo pour élaborer rapidement plusieurs annonces visant différentes cibles afin de toucher les fans de leur marque, ceux de Rainbow Looms et les amis de ces fans. En outre, eBay s'est désormais trouvé en mesure d'identifier facilement d'autres segments d'audience (par exemple les jeunes mamans) et de leur adresser des messages précis de façon automatisée et efficace.

Grâce au Kenshoo Analysis Grid, l'équipe a pu comparer sans peine les performances des segments d'audience et optimiser les campagnes en conséquence. Par ailleurs, l'activation des politiques d'enchère de Kenshoo lui a permis d'abaisser graduellement les coûts d'enchères et d'atteindre une rentabilité maximale, tout en entraînant toujours un taux de conversions élevé.

RÉSULTATS



Dans les 48 heures suivant le lancement et l'optimisation des campagnes de promotion du Rainbow Loom, les ventes de ce produit sur eBay ont été multipliées par 90 et atteint le chiffre stupéfiant de 1 100 unités vendues. La publication elle-même concernant le Rainbow Loom a généré plus de 4 000 mentions J'aime et 600 commentaires sur Facebook. Cette performance s'est traduite par une augmentation phénoménale des ventes et du ROI par rapport à des produits ayant aussi bénéficié de promotions par le passé.