

Kenshoo Portfolio Optimizer™でeProspects のコンバージョン率が4倍に

Kenshooのレスポンシブなアルゴリズムが金融サービスのキャンペーンに貢献

背景

eProspects eProspectsは英国を拠点として、パフォーマンスマーケティング型のアプローチを軸に展開するデジタルメディアエージェンシーです。金融サービス業のクライアント向けに、さまざまなデジタルメディアチャンネルにオーディエンスを結び付けるクリエイティブなソリューションをデザインしています。eProspects社は検索マーケティングへのニーズから、2008年以降Kenshoo™と提携し、パフォーマンスとイノベーションを礎とする強いパートナー関係を築いてきました。

課題

eProspectsは、最適なパフォーマンスを保つためにキャンペーンを絶えず監視します。競争が激しいうえに大きなコストのかかる金融サービス業界では、効率が何よりも重視されます。顧客獲得単価を維持または改善しながらパフォーマンスを高める方法が必要です。キャンペーン目標に基づく適切な入札戦略を立てるために顧客担当チームは、キャンペーンデータの分析に何時間も費やしていました。そこでKenshooのチームは、それらを自動化する手法を提案しました。

ソリューション

Kenshooはコンバージョンのパフォーマンス向上を図るため、eProspectsと連携し、Kenshoo Portfolio Optimizer (KPO) と呼ば

れるポートフォリオベースの入札ポリシーを導入することにしました。話し合いの場では、具体的なキャンペーン目標のほか、きわめてレスポンシブなアルゴリズムの必要性が詳細に議論されました。求められる成果がKenshoo Portfolio Optimizerから確実に得られるよう、Kenshooのチームの専門家が徹底した分析を行いました。立ち上げ後は、市場の状況と設定された目標に基づいて、Kenshooシステムから入札戦略が提供されます。入札のサジェストに関しては完全な透明性が確保されており、eProspectsチームは、予測されたパフォーマンスモデルを正しく評価することができます。それが最終的に可視性を高め、時間の節約にもつながります。これまでeProspectsのチームが人手に頼って行うことの多かった詳しい分析はKenshooシステムが行います。

結果

Kenshoo Portfolio Optimizerを利用したキャンペーンは、予想を超える成果を上げました。コンバージョン率が2倍に、場合によっては4倍に改善されたのです。Kenshoo Portfolio Optimizerによってクリック数とコンバージョンが着実に増えるとともに、クリックあたりコストと顧客獲得単価を削減することができました。“この結果に驚いている。特に、Kenshooシステムが入札の提案をしてくれる機能の反応のよさには目を見張るものがある”と、eProspects社CEO、Azam Zaka氏は言っています。

“最初のキャンペーンの成功を踏まえ、当社の顧客全体に

、
Azam Zaka氏
eProspects CEO
ポートフォリオベースのポリシーを本格的に導入することにした”

