

iProspect による Kenshoo Portfolio Optimizer™ の採用により Journeys の収益が前年比 39% 上昇

背景



Journeys は北米を代表するティーン向け衣料販売店です。13～22 の年齢層をターゲットにしたシューズやアクセサリを販売し、800 の店舗を米国の全 50 州、プエルトリコ、カナダに展開しています。ブランドは常にトレンドに敏感な若い消費者に合わせて変化する必要があります。見込み客の注意を引くために、Journeys は洗練された検索マーケティングプログラムを採用しています。デジタルパフォーマンスマーケティングのグローバルリーダーである iProspect は、リスティング広告のキーワードを高度なレベルで最適化することを重要なポイントとして注目していました。



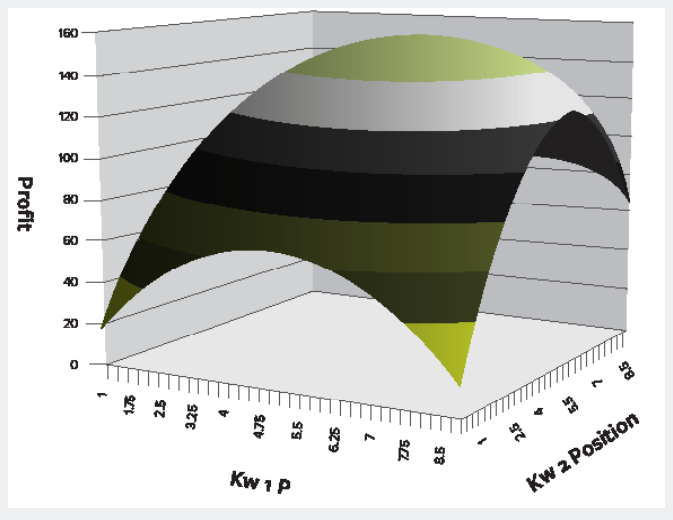
課題

リスティング広告のキーワードの範囲は、Journeys が抱える自社ブランドと販売している他社ブランドの製品を含めた大量の在庫の全てを正確に網羅する必要があります。そのため、手動での入札管理が、非常に手間がかかるものの、最も現実的なアプローチでした。今まではこのプランで Journeys のプログラムの ROI 目標と増収を高いレベルで制御し、視覚的に把握することができていました。しかし、プログラムの拡大に伴いより効率的なソリューションが必要でした。

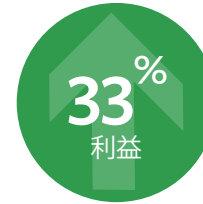
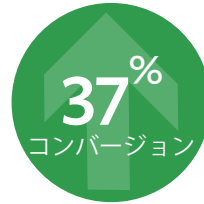
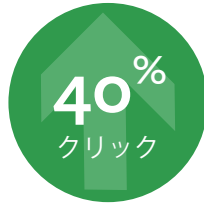
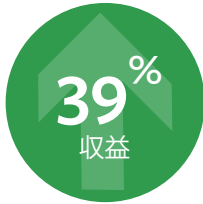
ソリューション

iProspect は Kenshoo を通じて、Journeys の SEM キャンペーンを自動的かつインテリジェントに最適化する方法を発見しました。Kenshoo チームは、自社のポートフォリオ入札ソリューション Kenshoo Portfolio Optimizer (KPO) を活用したテストの実施を提案しました。他の手動で行うルールベースのテストとは異なり、KPO には予測型モデルを実行する独自のアルゴリズムが備わっており、キャンペーンの成果を最大化するキーワードが自動的に収集されます。また、エンハンスドキャンペーンへの移行により、KPO ではモバイル入札単価調整が広告グループレベルで行われるようになり、推測に基づいてモバイル入札単価を設定することがなくなります。

Kenshoo は iProspect と協力して、ポートフォリオベースの入札ソリューションへの移行を提案し、移行に向けた最適な手法とガイダンスを提示しました。チームは Journeys のプログラムとして、KPO 収益ポリシーの採用が最適なアプローチと判断しました。これにより、クライアントが要望する ROI を維持する一方で、収益を最大化することができます。



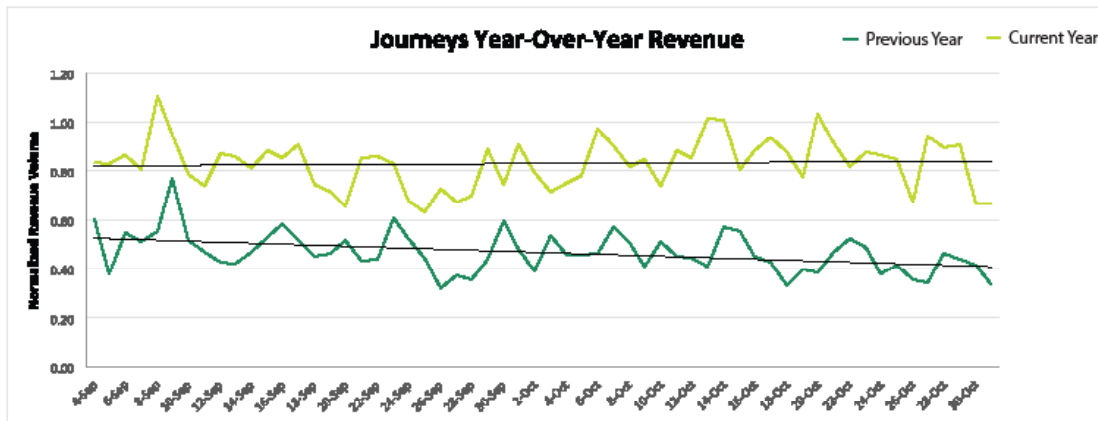
前年比の結果



KPO を採用した 9 月以降、Journeys の収益は前年比で 39% 上昇しました。テキスト広告と商品リスト広告のパフォーマンスを合算すると、9 月から 10 月の間の 1 日の平均収益は、前年の同時期と比べて 77% 上回っていました。全体として、クライアントが目標としていた収益と ROI により近づきました。

iProspect チームは Kenshoo と協力して、Journey の目標を上回ることに成功しました。iProspect は、自動化ソリューションのメリットと手動入札による入札を視覚的に把握できるメリットの両方を享受しました。また、パフォーマンスを日常的に確認して監視することにより、この成果を継続的に達成できるよう努めました。

KPO の目標は増収でしたが、自動最適化の効果は他の指標にも表れていました。前年比で上昇した値は、クリック数 (40% 上昇)、コンバージョン数 (37% 上昇)、および利益 (33% 上昇) でした。



“ iProspect が KPO を採用するとすぐに**収益が改善**しました。この収益ポリシープログラムの採用によって、SEM キャンペーンの良い部分を残しつつ、**拡張性を維持**することができました。iProspect の協力のおかげで、マーケットのトレンドに合わせてより迅速に対応できるようになりました。Kenshoo Portfolio Optimizer のパフォーマンスには非常に満足しております。今後もアルゴリズムによってデータが収集されるに連れて、**より効率化を図ることが**できることを期待しています。”

— John Tighe、The Journeys Group 副社長兼取締役