

キーワードの真の価値に注目するKenshoo Portfolio Optimizerが28%の収益増を達成

背景



WhiteFenceは、公共サービスやテレビ、インターネット、ホームセキュリティなどを対象とする米国の大手価格比較サイトです。複合的な市場で事業を展開するWhiteFenceにとって、直接の競争相手や公共サービスのサプライヤーが使用するリスティング広告のキーワードは勝負を分ける重要な要素であり、入札の最適化には常にしのぎを削っています。問題をさらに複雑にしているのは、WhiteFenceが取り扱う業種の広さです。消費者行動のきわめて異なる10以上の業種を同社は扱っています。

課題

消費者行動が多様であることは、コンバージョンパスもきわめて多様であることを意味します。それぞれの軌跡の中で生じるインタラクションの価値も異なるため、採用するモデルを1つに絞ることが難しいのです。たとえば、電話やインターネットサービスを検索するときは、家庭用電気料金を比較するための検索時と比べて、コンバージョンサイクルは長く、クリックする広告も多いことが考えられます。

ソリューション

WhiteFenceは、それぞれの業種を手で別々に管理するのではなく、Kenshoo™を採用し、固有のコンバージョンパスごとにキーワードの価値をインテリジェントに割り当てることにしました。Kenshooは、消費者の種別ごとの固有の行動を自動的に認識し、それまでよりも正確にインタラクションの価値を割り当て始めました。Kenshooを導入する一方で、WhiteFence社は、Kenshoo Portfolio Optimizer™を利用し、キーワードレ

結果

Kenshooによって、実質的に最も大きな価値を持つキーワードにより大きいコンバージョン値が割り当てられました。Kenshoo Portfolio Optimizerは、そうしたより有益なキーワードに対して入札を調整します。わずか9%の支出増で、総収益は28%増加し、ROIは17%上昇しました。

