

NetGiantがKenshooのカスタム入札ポリシーを導入、ROIを45%改善

Kenshoo Portfolio Optimizer™によって総収益44%増を達成

背景



NetGiant Ltd.は、プリンターの消耗品を扱う英国最大級のインターネット販売サイトCartridgeMonkey.comとTonerGiant.co.ukを運営している企業です。数百万ポンド規模のプリンターサプライ企業である同社は、良質の顧客サービスを背景に、高品質、低コストの商品を主に展開しています。

課題

NetGiantのビジネスモデルは、検索マーケティングキャンペーンから得られるトラフィックとコンバージョンに大きく依存しています。そのオンライン販売事業には、あらゆるレベルで効率が求められます。投資収益率を最大限に高めるために同社は、その検索マーケティング戦略を進化させる方法を絶えず模索しています。2010年の初めに、NetGiantはKenshooを使ったキーワードレベルの入札ポリシーを導入しました。その成果がすぐに現れたことから同社は、キャンペーンの最適化をさらに進めたいと考えました。

“ Kenshooの調査チームが開発してくれたポートフォリオベースのポリシーのおかげで、キャンペーンに大胆な目標設定を行えるようになった。緻密なアルゴリズムがなければ、決してこのような成果を収めることはできなかっただろう ”

Gary Flynn氏 
NetGiantオーナー、

ソリューション

Kenshooは、NetGiantのキャンペーンを進化させる次のステップとして、ポートフォリオベースの入札管理手法を提案しました。NetGiantのチームはKenshooの調査グループと連携し、Kenshoo Portfolio Optimizer (KPO) を利用した独自の戦略を立てました。

NetGiantは事業のニーズに基づいてポリシーをカスタマイズする機能に強い印象を受け、ポートフォリオベースのアプローチにも満足したようでした。その要因となったのは、Kenshooが提供する堅実な予測機能です。KPOのアルゴリズムでは、入札戦略を提案する際に履歴データが考慮され、推奨入札単価には完全な透明性が確保されていました。これでNetGiantのチームが、入札のアプローチを常時視覚的に把握できるようになります。

結果

Kenshoo Portfolio Optimizerは、素晴らしい成果をNetGiantにもたらしました。NetGiantが設定した目標と市場の状況に基づくアルゴリズムによって、インテリジェントな入札最適化の提案を行っています。

結果、これらのキャンペーンによって、クリックあたりのコストを最小限に抑えながら、クリックとコンバージョンの件数を増やすことに成功し、ROIで45%、総収益で44%の増加を達成しました。

