

通过使用 Kenshoo, eBay Enterprise 帮助零售商 Alex and Ani 将其 Facebook 广告的投资回报率 (ROI) 提升了 80%

背景

ALEX AND ANI

Facebook 已发展成为品牌数字营销组合的重要部分, 并且已证明自身是面向营销人员的强大直接回应广告平台, 能够推动销售额、收入和投资回报率 (ROI) 大幅提升。在过去的几年中, Facebook 广告对于提倡环保的首饰零售商 Alex and Ani 的发展功不可没。该公司正处于“超速发展”模式 - 员工数量从不到 30 名激增到接近 1000 名, 增长幅度高达 3569%, 销售额超过 2 亿美元。



挑战

2013 年, Alex and Ani 开始真正关注并改善其 Facebook 广告相关工作。营销人员将社交媒体视为提升品牌意识和吸引力的方式, 但仍有许多人难以让这一广告平台产生实际利益。Alex and Ani 数字策略部副总裁 Ryan Bonifacio 和他的团队将目光投向了 eBay Enterprise, 希望后者能够通过 Facebook 广告最终帮助他们提高销售额并获得更高的投资回报率 (ROI)。

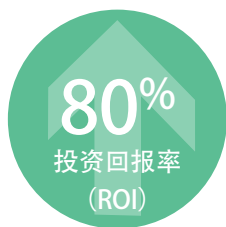
解决方案

eBay Enterprise 团队就如何最大程度地提高 Alex and Ani 在 Facebook 上的付费社交广告相关工作效率提供了战略性指导。eBay Enterprise 建议 Alex and Ani 通过 Kenshoo 运行一次测试, Kenshoo 是一个先进的技术平台, 用于自动创建、管理和优化具有高度针对性的社交营销广告系列。Alex and Ani 团队从采用 Kenshoo 的测试情景获得了切实的成果, 他们意识到 Facebook 可能成为一个可扩展的创收广告平台。对于 Bonifacio 来说, 通过 Facebook 广告吸引现有客户和

挖掘新的受众同样重要。eBay Enterprise 付费搜索和投放运营部主管 Tara Siegel 深知, 利用 Kenshoo 和 Facebook 提供的更加复杂的定位功能对于达到这一目的至关重要。通过利用自定义受众功能, 该团队可以在使用 Facebook 的人群中确定品牌的线下受众。作为推进工作的下一步, 该团队将相似受众划分为不同层级, 从而将有关 Alex and Ani 现有客户的信息与 Facebook 的人口统计特征、位置和兴趣数据结合起来。这使得他们能够触及与该零售商的现有客户具有许多共同之处的全新受众。

除了使用这些更加精细的定位策略之外, Siegel 和他的团队还利用未发布的专页贴文广告来创建面向特定目标受众的自定义消息。采用这类广告的优势在于, 相关贴文仅用于广告宣传目的, 不会在品牌的官方 Facebook 页面上发布, 从而使得 Alex and Ani 能够保持其页面的简约风格。

借助 Kenshoo 的 Demand-Driven Campaigns™ (需求驱动型广告系列, DDC), eBay Enterprise 团队可根据 Alex and Ani 的产品源自动创建和管理针对产品的 Facebook 广告。采用这一动态广告创建过程使得快速发布针对产品的广告成为可能, 同时还能根据需求和绩效信号为表现最出色的产品划分优先顺序, 从而提高绩效并更好地优化开支。



结果

在采用 Kenshoo 平台后不久，Alex and Ani 的 Facebook 广告获得了良好的绩效，并且该绩效将在年底的购物旺季中持续走高。

Facebook 广告在感恩节至网购星期一期间创造了惊人的收入，达 160 万美元。仅在感恩节当天，Facebook 广告产生的收入就超过了该零售商通过 Google 投放的付费搜索广告系列，Facebook 上的广告开支回报率 (ROAS) 大幅提高了 73.14%，同时在广告平台上的开支更少。在一个高峰日，Alex and Ani 通过 Facebook 创造的收入比他们在去年一整年获得的收入还要多！在此期间，及时满足高需求是 Alex and Ani 团队面临的最大挑战。

对于 eBay Enterprise 团队来说，Kenshoo 的平台可确保为客户带来最佳的成果。“由于我们专门寻找像 Alex and Ani 这样的商业驱动型品牌，因此我们会利用跨广告平台团队来在 Google 和 Facebook 等媒体之间快速转移资金，”高绩效广告平台投放部

主管 Jorie Waterman 说道。“通过这一方法，我们能够从客户对媒体的投入中获得最有效的 ROI 和效率。凭借 Kenshoo 紧密联系的先进付费搜索和付费社交广告平台，我们的团队能够始终推动获得可能的最佳成果。”

在对比开始使用 Kenshoo 之前 6 个月的 Facebook 广告绩效与使用后 6 个月的绩效之后，Alex and Ani 及 eBay Enterprise 团队注意到绩效有了显著增长。在这段时期内，投资回报率 (ROI) 增长了 80%，而收入前所未有地上涨了 44 倍。此外，平均订单价值 (AOV) 从约 14 美元增加到了 75 美元以上，增幅达 434%。这一增长归因于采用了 eBay Enterprise 团队推荐的更加复杂且相关性更高的定位技术，以及 Kenshoo 平台所具备的高效扩展的能力。

“eBay Enterprise 团队所提倡的战略和最佳实践有助于形成能够完善我们的 Facebook 广告计划的见解，从而使该计划成为实现直接回应目标的推动力。Kenshoo 平台与我们的 eBay Enterprise 团队强强联合，使 Alex and Ani 具备了在 2013 年下半年实现强势开局的强大能力，考虑到已经获得的良好绩效，我们计划继续增加在 Facebook 广告领域的投入。”

— Alex and Ani 数字营销策略部副总裁 Ryan Bonifacino