

Kenshoo 和 Criteo 的合作关系带来了搜索和重新定位目标市场方面更有影响力的见解和更强大的绩效

Golfsmith 超过三分之一的重新定位目标市场转换由付费搜索触发

背景



Golfsmith 是一家专营高尔夫球和网球设备、服装和配件的零售商，它依靠多方位的数字营销策略，通过其在线商店吸引访客和促进销售。在媒体渠道保持高曝光率有助于零售商强化品牌信息传递、打造知名度，并确保其网站保持稳定的访问流量。Golfsmith 意识到每一位网站访客均代表一个转换机会，它将重点放在努力使网站访问产生实际利益并努力让没有转换即离开网站的参与消费者产生支出。通过识别感兴趣的消费者以及对消费者其他互联网活动进行定位，从整体上增强其数字营销广告系列的有效性。

Kenshoo 和 Golfsmith 在搜索营销广告系列方面拥有长期的合作关系，Golfsmith 喜欢 Kenshoo 的界面和灵活的报告。Golfsmith 与 Criteo 合作，启动强大的重新定位目标市场广告系列，以最大限度增加其搜索投资。借助 Criteo 广告系列，零售商可以在潜在客户浏览网页时向其展示极具个性的创新产品，重新吸引这些不会立即转换的客户。

挑战



尽管事实证明重新定位目标市场已经是捕获错失良机的成功方法，但 Golfsmith 仍希望：

- 针对搜索和重新定位目标市场广告系列使用单一平台，以节省时间和资源。
- 更好地理解搜索和重新定位目标市场之间的关系。
- 改善用于广告系列优化的数据和分析。

解决方案

由于 Kenshoo 的开放集成标准使其能够与搜索引擎以外的渠道合作，使广告商得以全面了解数字营销活动，因此 Kenshoo 与 Criteo 进行合作，将 Criteo 重新定位目标市场广告系列无缝整合到 Kenshoo 平台中。这使得 Golfsmith 可：

- 并行查看搜索和重新定位目标市场广告系列，包括产生效果、成本和投资回报率 (ROI) 数据。
- 利用 Kenshoo 的报告界面分析跨数字营销渠道的数据。
- 同时查看转换路径报告中的重新定位目标市场和搜索广告系列数据。
- 按渠道分配归因加权以精确衡量影响和投资回报率 (ROI)。

结果

通过使用适用于搜索和重新定位目标市场的单一平台，Golfsmith 节省了大量的时间。“登录 Kenshoo，查看我们 Criteo 的有关搜索广告系列的重新定位目标市场情况，这为我们节省了许多时间，” Golfsmith 的电子营销和社交媒体经理 Dillon Smith 说，“借由成功整合重新定位目标市场，我现在可以迅速收集有价值的见解并作出更好的决策，从而快速提高投资回报率 (ROI)。”

得益于 Kenshoo 和 Criteo 的合作，Golfsmith 能够了解有关其客户在线行为和互动的大量信息。一些调查结果如下：

- 36% 的转换归因于零售商重新定位目标市场广告系列将付费搜索点击作为转换路径中的第一步。
- 在那些将 Criteo 广告系列作为最后点击的转换中，有 15% 将品牌付费搜索点击作为转换路径的第一步。

这些见解已应用到改善 Golfsmith 使用的归因加权策略和后续的竞价优化，最终提高重新定位目标市场和搜索广告系列的绩效。

增加流量和转换的可见性，这有助于判断将付费搜索广告系列的预算提高 10-15% 是否合理，并且在稳定维持 7.50 美元投资回报率 (ROI) 的同时产生更大的订单量。

