

SmartBuyGlasses が Kenshoo Infinity Suite を導入し、売上を 60%増加

背景



SmartBuyGlasses Optical Group は有名ブランドのアイウェアを扱う世界最大のオンラインストアのひとつで、Motion Global が運営している。香港、上海、イタリアに事業所を、主要な大陸に流通拠点を展開し、カルバン・クライン、フェンディ、グッチ、マーク ジェイコブズ その他 80 を超えるデザイナーズブランドのアイウェアを洗練された E コマースシステムで販売している。SmartBuyGlasses は、その複雑なオペレーションを支えるため、リスティング広告とソーシャル広告の構築を Kenshoo に託し、コスト削減とグローバルな事業成長を可能とするようなキャンペーンの実現をめざした。

課題

SmartBuyGlasses は複数の大陸にまたがり、15 の言語で事業を展開しており、その業務の効率化を図るため、リスティング広告とソーシャル広告のキャンペーン管理を自動化する、パブリッシャー横断的なソリューションを求めていた。リスティング広告分野の課題は、主にキーワード入札の自動化、複数の検索エンジンの一元的な管理、レポートの高度化を通じて、ワークフロー、コンバージョン、ROI を改善することだった。ソーシャル広告に関しては、コストを下げつつ、ウェブサイトへのトラフィックとコンバージョンを増やすことをめざした。

ソリューション

Kenshoo Infinity Suite 他、同社のアジャイルマーケティングソリューションを最大限に活用することにより、SmartBuyGlasses は以下を達成した。

Kenshoo Portfolio Optimizer™ (KPO) を活用して入札を自動化

SmartBuyGlasses の目的は業務の効率改善で、それにより、コンバージョンの件数を増やすとともに、顧客の獲得コスト (CPA) を抑制したいと考えていた。この目的を達成するために、Kenshoo Portfolio Optimizer™ (KPO) を活用し、ポートフォリオレベルの CPA 目標に合わせ、具体的な数値目標を設定して入札の最適化を行った。SmartBuyGlasses はこの施策を同社の他のキャンペーンにも拡大し、さらには一連の作業を自動化して、大量の入札の一元管理を実現した。

複数の検索エンジンの統合

Kenshoo の支援により、複数の検索エンジンを統合し、キャンペーン管理の合理化を図った。事業の運営が複数の国にまたがるため、キャンペーンの一貫性を確保するにはこの機能が不可欠だった。Kenshoo の自動化ソリューションにより、SmartBuyGlasses は業務の効率化を達成し、結果として、アカウント管理のリソース配分も改善された。

Kenshoo Dimensions を活用してキャンペーン管理を改善

SmartBuyGlasses は 40 のマーケットと 15 の言語で 1500 件以上のキャンペーンを展開しており、その広告コピーとキャンペーンをより効果的に整理し、分類するために、Kenshoo Dimensions を導入した。Dimensions の活用により、もともとのキャンペーンの階層構造を超えてキャンペーンの要素を分類し、グループ化することがで

きるようになった。また、レポートの作成を日次、週次、月次で行い、パフォーマンスの上下をピンポイントで把握したり、効果的なキャンペーンを簡単に複製したり、コンバージョン達成に関する知見をパブリッシャー横断的に、あるいは他の国や市場で応用できるようにした。

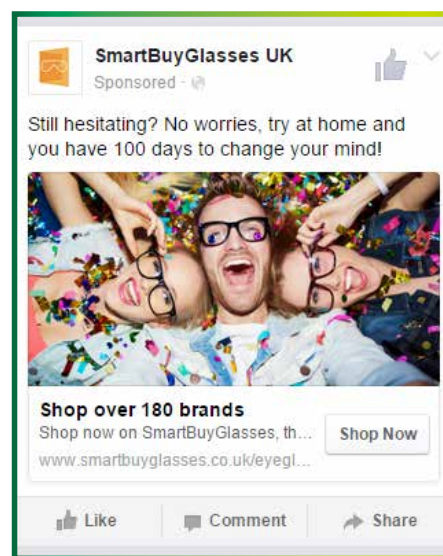
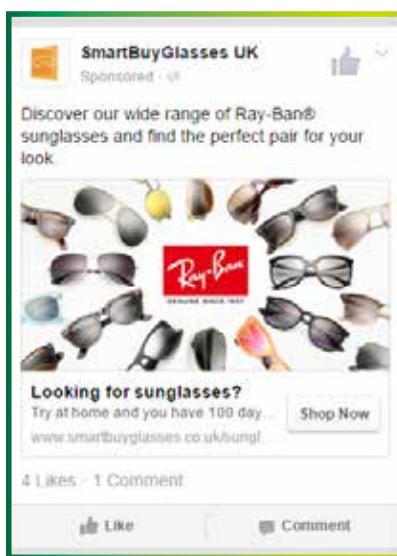
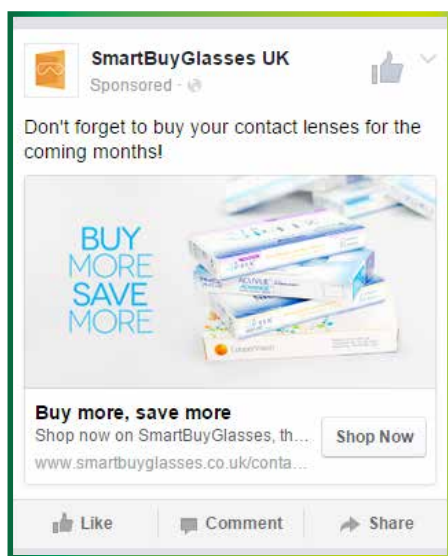
サーチ広告で獲得した知見をソーシャル広告に活用

従来より低いコストでより多くのトラフィックとコンバージョンを達成するため、SmartBuyGlasses はダイナミックプロダクト広告を用いてリターゲティング広告を展開した。具体的には、Facebook ピクセルを活用して、商品ページに来た、あるいはチェックアウトに到達したが、購入には至らなかった顧客を対象にターゲティングを行った。この試みを通して、エンゲージメントの高い見込み客に投資を集中すると、それだけ投資利益も改善することが判明した。結果、リターゲティングは SmartBuyGlasses にとって主要なキャンペーン戦術となった。この戦術により、SmartBuyGlasses は購入意欲の高い消費者に投資を集中することができた。

結果

Kenshoo Infinity を導入して以来、売上は昨年比で最大 60% 増加し、コンバージョンも 92% 伸びた。また、前四半期中に、SmartBuyGlasses とその関連サイトの CPA は全体として 15% 削減できた。さらに、大幅な効率改善により、リスティング広告の管理にあたる人員削減にも成功した。

SmartBuyGlasses は現在、消費者の意向（インテント）に基づくマーケティングをさらに進捗させるため、Kenshoo の Intent-Driven Audiences (IDA) の導入を検討している。IDA を活用することにより、消費者の検索行動に現れる意向をもとに、Facebook カスタムオーディエンスを自動生成できるようになっている。



「Kenshoo が提供するデジタル広告のソリューションを活用することにより、主要な市場の多くで、売上とコンバージョンを劇的に改善する一方、コストの抑制にも成功した。」

— Augustin du Mesnildot, SmartBuyGlasses Optical Group の
グローバル デジタルマーケティング マネジャー