

Les données de vente en temps réel relancent la croissance de New Zealand Cricket

ÉTUDE DE CAS

Agence

OMD Nouvelle Zélande

Annonceur

New Zealand Cricket

Méthodologie

Algorithme d'enchères personnalisé



LES RÉSULTATS

63 %

de réduction du coût d'acquisition

3,3 x

plus de billets vendus

NEW ZEALAND CRICKET CONTINUE SUR SA LANCÉE DE SAISON DYNAMIQUE

New Zealand Cricket (NZC) souhaitait augmenter ses ventes de billets en ligne pour ses événements, mais cette fois-ci à un coût d'acquisition (CPA) inférieur à celui de ses précédentes campagnes marketing axées sur la vente de billets. La demande de billets varie souvent dans les différentes régions où sont organisés des événements. Il fallait donc trouver un moyen de rencontrer leur audience dans le bon environnement et au bon moment pour augmenter les chances de déclencher une vente. Chargée de cette mission, l'équipe d'OMD a commencé à travailler à la conception d'une solution programmatique unique et avancée.

COMMENT TOUCHER UNE CIBLE MOUVANTE

Comme les matchs de cricket changent de lieu et que leurs budgets évoluent chaque année, OMD avait besoin d'un moyen pour collecter des données en temps réel. Ils devaient aussi pouvoir réorienter leurs campagnes en cours de route pour augmenter le retour sur investissement. OMD s'est donc associé à The Trade Desk pour créer un algorithme sur mesure à partir des données de Ticketek, une API d'un fournisseur de billets tiers, afin de comprendre l'activité d'achat en fonction de l'événement et de la région. Ils ont utilisé ces données de vente en temps réel pour entraîner l'algorithme à générer des prix d'enchère en fonction de la demande en temps réel. À l'aide de l'API de The Trade Desk et des capacités d'enchères multidimensionnelles, ils ont pu adapter automatiquement les enchères pour 23 événements dans 16 régions toutes les 8 heures et ce, en donnant la priorité aux dépenses dans les régions au plus fort potentiel de vente.

UNE STRATÉGIE GAGNANTE

L'algorithme propriétaire d'OMD a réussi à exploiter des données de vente en temps réel d'une source externe pour influencer et automatiser l'optimisation des prix des enchères. L'algorithme a été capable de prendre en compte les fluctuations de la demande et de faire des ajustements automatiquement pour améliorer l'efficacité et les performances. Oui, le CPA a bien été réduit, mais surtout, les ventes de billets de New Zealand Cricket ont augmenté.

- 63 % de réduction du CPA à la fin de la saison 2018/2019
- 3,3 fois plus de billets vendus pour 2018/2019

UNE NOUVELLE SAISON PROMETTEUSE

Au vu de ces bonnes performances, OMD et NZC ont déployé la même stratégie l'année suivante pour la saison 2019/2020, et ils se sont surpassés :

- Baisse du CPA de 20 % supplémentaires d'une année sur l'autre ;
- Amélioration du taux de clics (CTR) et baisse du coût par clic (CPC) de 40 % supplémentaires d'une année sur l'autre ;
- Réduction du CPM de 25 % pour atteindre un objectif plus ambitieux.

” La saison internationale de cricket est l'une des priorités de NZC pendant la période estivale. Nous devons donc aligner nos investissements programmatiques sur les schémas d'achat et de la demande des clients en temps réel. Cette campagne est un parfait exemple de publicité pilotée par les données en temps réel, puisque nous avons optimisé nos investissements dans les médias payants en fonction des schémas d'achat et de la demande des clients pour tous les formats de cricket et toutes les régions de Nouvelle-Zélande. ”

- Stacey Geraghty,
responsable du marketing et de la communication
chez New Zealand Cricket

” Grâce aux données de vente en temps réel et à l'activation de notre algorithme personnalisé à l'aide des API de The Trade Desk, nous avons pu introduire des signaux externes qui ont porté notre stratégie d'enchères vers des horizons jusqu'ici restés inaccessibles, ce qui a permis à NZC de prendre de meilleures décisions plus rapidement. Cette solution personnalisée est désormais le moteur de notre stratégie de données et d'enchères programmatiques pour NZC, et nous sommes impatients d'utiliser les algorithmes personnalisés pour donner à nos clients un « avantage déloyal » sur le marché. ”

- Azriel Chan,
directeur technologique chez OMD

thetradedesk.com | info@thetradedesk.com

© 2021 The Trade Desk, Inc. CONFIDENTIEL. Ne doit pas être distribué en dehors de The Trade Desk, de ses partenaires et de ses clients.

