Custom Query Sculpting with margin-based bidding:

Hoe een samenwerking met smec leidde tot een omzetverhoging van 185% voor de Nederlandse meubelspecialist Flinders.

Meubelspecialist Flinders is een Nederlandse retailer met een passie voor interior design. Het assortiment bestaat uit 36.000 design producten afkomstig van meer dan 150 premium brands. Een grote collectie van verlichting, meubels en home accessoires die te vinden zijn bij De Bijenkorf, BOL.com en FonQ.nl. Flinders heeft ook een eigen winkelketen met een Flinders Café in Groningen waar klanten de unieke producten kunnen zien en beleven. In 2019 werd Flinders genomineerd voor de Shopping Awards Vakprijzen in de categorie Home & Living.

De Uitdaging:

Het beheren van een divers productassortiment in verschillende prijsklassen met verschillende marges.

Het grote en diverse aanbod maakte het complex om de promotie daarvan zo kostenefficiënt mogelijk te doen.

Flinders beheerde de bids voor het hele assortiment op item level en maakte gebruik van een zogenaamde Query Split approach. Toch waren er nog tal va factoren die Flinders ervan deed weerhouden om efficiënt te werken en de omzet te verhogen.

Smarter Ecommerce begon met een audit van het Flinders account waar verschillende factoren werden bestudeerd, geclassificeerd en gekwantificeerd met betrekking tot de:

- Granulariteit van de Shopping Campagnes,
- Kwaliteit en kwantiteit van de bidding activiteiten,
- Gebruik van business specific data,
- Device-specific performance,
- Impact van search queries op Shopping performance,
- Datafeed kwaliteit, .

Op basis van de audit maakte smec een gedetailleerd actieplan met suggesties toegespitst op Flinders Design.

Deze was volledig in-lijn met hun eerder vastgestelde doelen, namelijk: het verhogen van omzet en winst binnen de vastgestelde ROAS doelen.

“smec has a very dedicated team that has partnered with us to capture all the benefits from Whoop!”

Oscar Diele, Co-owner & COO.

Plan van aanpak:

De omschakeling van Query Splits naar Query Sculpting

smec zag gemiste kansen in de manier waarop Flinders de zoekopdrachten deed filteren. Het genereren van negatieve keyword lijsten was geautomatiseerd, echter was de implementatie daarvan niet op maat gemaakt voor Flinders en liet deze kansen liggen.

Het genereren van negatieve keyword lijsten was geautomatiseerd, echter was de implementatie daarvan niet op maat gemaakt voor Flinders en liet deze kansen liggen.

Naast brand en product type toonde de analyse dat zoekopdrachten met designers, kleuren, materialen en alfanumerieke tekens een directe correlatie hadden met de onderliggende shopping intentie.

Ook liet de analyse zien dat de non-match queries benut konden worden om de omzet te verhogen.

Met Whoop!'s Query Sculpting feature was Flinders in staat klanten aan te trekken die niet direct voorkeur hadden voor een bepaald merk waardoor de producten aan een hele nieuwe groep klanten getoond kon worden in plaats van terugkerende.

Top search queries:

By impressions:

- Kittens
- Polls potten
- Huis en inrichting
- Alessi
- Vintage dressoir
- Vintage fateuil
- Vintage bank
- Rollex

By conversions:

- Kittens
- Polls potten
- Huis en inrichting
- Alessi
- Vintage dressoir
- Vintage fateuil
- Vintage bank
- Rollex

58,32% Impressions

46,88% Conversions

Can be traced back to generic search terms

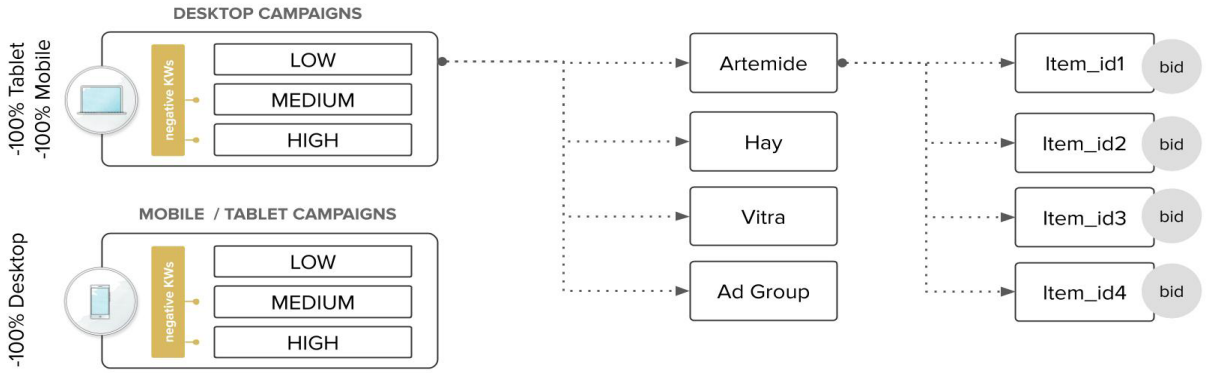
37,46% Impressions

37,98% Conversions

Can be traced back to brand search terms

Splitting by queries verzekerd dat de juiste bids worden toegepast op Shopping queries door gebruik te maken van diverse campaigns, campaigns priorities en negative keywords. Onderstaande afbeelding toont hoe een combinatie van Device Campaign en Query Split in het account van Flinders is geïmplementeerd.

Device Campaign Split and Query Split & ID-Level-Bidding



Onderscheiden van de concurrentie door het benutten van business intelligence data

Een van de belangrijkste aanbevelingen gepresenteerd in het Shopping Playbook gemaakt door smec, is het gebruik van business intelligence data zoals: seizoens-gebondenheid, retouren, voorraad vs 'backorder' (voorraad van bestellingen bij leveranciers & levertijden) en winstmarges.

Waarom? Wanneer we het hebben over productdifferentiatie, het behalen van doelen en winstgevendheid dan is het creëren van campagnes om de bids te zetten niet de juiste manier om Google Shopping succesvol te beheren.

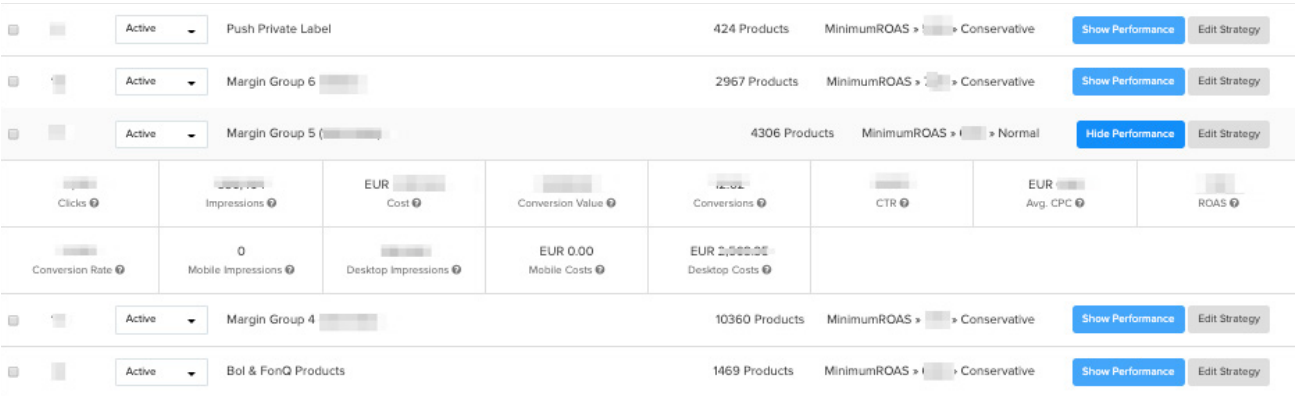
Om op lange termijn competitief te blijven moet de aanpak meer geavanceerd zijn. Doordat Flinders begon met het meewegen van de winstmarges differentieerden zij ieder deel van hun brede productassortiment. De producten die te koop stonden op De Bijenkorf, Bol.com en Fonq werden ook in het plan meegenomen om concurrentie en kannibalisme te voorkomen in het PPC kanaal.

CUSTOM LABEL INDEX	LABEL DEFINITION	BUSINESS SPECIFIC DATA
Custom_label_0	**Season**	Summer vs. Winter
Custom_label_1	**Margin levels**	High vs. Low
Custom_label_2	**Return Rate**	5% vs.30%
Custom_label_3	**Availability: in-stock vs 'backorder'**	Top vs. Low
Custom_label_4	**Promotion**	Sale

Margin-based bidding met Whoop!

De misconceptie dat het maximaliseren van de winstgevendheid in Google Shopping moeilijk is omdat dit een campagnebeheer vereist die granular is, is niet juist.

Door gebruik te maken van de Advanced Bid Strategies in Whoop!, kan Flinders nu verschillende strategieën toepassen op verschillende producten gebaseerd op prijs, populariteit, winstmarge, seizoensgebondenheid en specials voor televisie en radio campagnes. Het zetten van de bids kan dus volledig volgens de door Flinders gedefinieerde strategieën.



Door Whoop! Te gebruiken, werd de campagnestructuur van Flinders niet aangetast.

Het in-house team hoefde geen nieuwe campagnestructuur eigen te maken. Deze aanpak stelt het team in staat volledig controle te houden, te schalen en te prof-iteren van automatisering met behoud van data transparency voor toekomstige ontwikkelingen.

''Whoop! helps us to manage this complexity, automate simple and recurring tasks so marketers can focus on the strategy.''

Oscar Diele, Co-owner & COO.

Resultaat:

Force stijging in omzet en clicks binnen de minimum ROAS doelen

Tijdens de onboarding-periode toonde Whoop! een aanzienlijke prestatieverbetering, met verbluffende resultaten voor zowel Nederland als België.

Het op accurate manier voorspellen van de bids door het machine learning algoritme resulteerde in een uplift in online visibility. Impressions gingen omhoog met **313%** en voorheen niet converterende producten werden sellers.

Een jaar over jaar vergelijking voor de eerste drie maanden liet een omzetgroei zien van +**185%** met **272%** meer clicks. Een forse verhoging in resultaten met behoud van de ROAS doelen.

+313%
Impressions

+185%
Revenue

+272%
Clicks

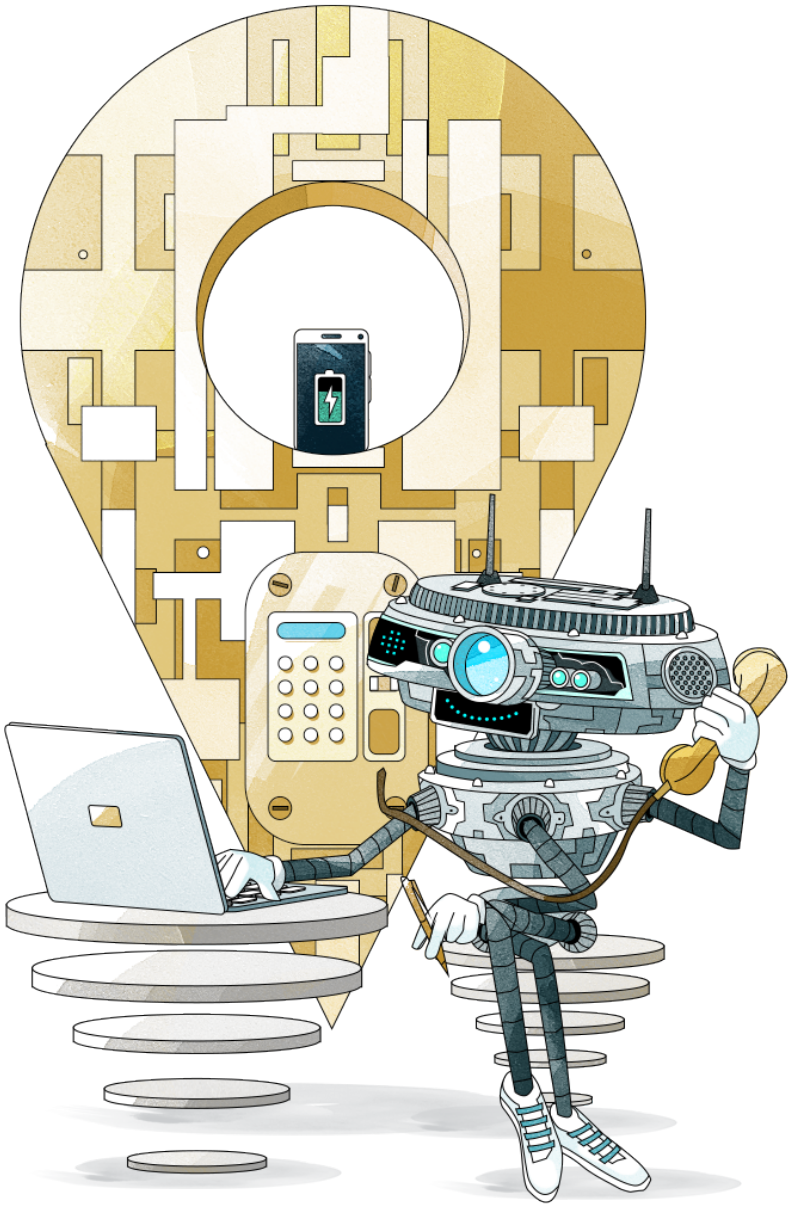
Het differentiëren van marge strategieën op basis van hun productassortiment - per query type en per device - is een cruciale maatstaf voor elke winkelier met vergelijkbare vereisten en doelen. Flinders heeft met succes potentieel ontgrendeld dat aanzienlijk heeft bijgedragen aan het bereiken van hun doelen van het verhogen van de omzet- en winstgroei met behoud van de minimale ROAS-doelen.

“I have been working at Flinders for almost 6 years, and have never seen so much revenue coming from the Belgian market.”

Mark Lubbers, Senior Online Marketer.

---

smec



Kom met ons in contact

om erachter te komen welke search query patterns voor jullie account de juiste zijn en hoe met onze Query Sculpting feature het funnelen van search queries geautomatiseerd wordt.