

# BuildDirect, Google Analytics'i kullanarak satışlarını yüzde 50 artırmıştır.

"Google Analytics'in işlerimize pozitif anlamda muazzam etkisi oldu."

Dan Brodie  
Faaliyetlerden Sorumlu Müdür



## GOOGLE ANALYTICS HAKKINDA

Google Analytics, reklamverenlerin ve yayıncıların, Google Analytics'in sağladığı bilgileri kullanarak pazarlama kampanyalarını çok daha verimli, web sitelerini de çok daha etkili kılmalarını sağlamaktadır. Reklamverenler, online pazarlama kampanyalarını optimize ederek, tavsiye kaynaklarını izleyerek, web tasarımıyla içeriğini iyileştirerek ve ziyaretçilerin tercihlerini saptayarak yatırım getirilerini artırabilirler. Google Analytics'in kullanımı kolay arayüzü müşterilerin segmentlere ayrılmasını, en iyi performans gösteren reklam kampanyalarının tanımlanmasını ve kullanıcı tercihlerinin saptanmasını kolaylaştırıyor.

Daha fazla bilgi için  
[www.google.com/analytics/tr/](http://www.google.com/analytics/tr/)  
adresini ziyaret edin.

BuildDirect ürünleri doğrudan üreticilerden satın alıp, dünyanın dört bir yanındaki alıcılara satar. 1999 yılında kurulan ve merkezi Vancouver, B.C., Kanada'da bulunan şirket, çok kısa bir sürede inşaat ürünlerinde dünyanın önde gelen online toptancısı ve özel ürün perakendecisi olmuştur. BuildDirect, yer döşemesi, çatı malzemesi, dış cephe kaplaması, zemin kaplaması ve mutfak tezgahı ürün portföyüyle altı kıtada, 40 ülkede ticaret yapmaktadır. Siparişler, okyanus limanlarına veya denizden uzak ana depolara gönderilen konteynir miktarlarından ve Kuzey Amerika'da herhangi bir posta veya zip kodu adresine gönderilen palet miktarlarından oluşur. 2004'te Profit dergisi BuildDirect'i Kanada'da en hızlı büyüyen şirketler arasında ikinci sırada göstermiştir.

BuildDirect bütünüyle sanal bir organizasyon olduğundan, hacmin daha büyük ve genel giderlerin düşük olması bakımından geleneksel ticarethanelere göre çok büyük bir avantaja sahiptir. Şirket bu başarısını, büyük ölçüde, online pazarlama ve reklamcılığı başarılı bir şekilde kullanmasına borçludur.

## Zorlu rekabet

Şirket hızla büyüyor olsa da, yönetim özellikle de operasyonun ilk yıllarında çeyrek dönem başına 1,5 milyon YTL'ye yaklaşan bir pazarlama bütçeleri olduğunu göz önüne aldıklarında online harcamalarının verimliliğini artırmak istiyordu.

BuildDirect arama motoru reklamcılığı, e-posta haber bültenleri ve müşterilerin web sitesine online kayıt olmasının birleşiminden oluşan iyi bir pazarlama karışımına sahipti. Buradaki asıl zorluk, hangi taktiklerin işe yarayıp hangilerinin işe yaramadığını daha iyi izleyerek performansı artırmak olmuştur.

2004 yılında, BuildDirect, mevcut analitik paketinin yerine koymak için Google Analytics'e yöneldi. Operasyon Direktörü Dan Brodie, birkaç ay içinde, e-posta yoluyla pazarlama kanallarının istedikleri şekilde dönüşüm sağlamadığını görebildiklerini söylüyor. Ayrıca, yetersiz dönüşüm sağlayan trafik nedeniyle, üçüncü katman arama motorlarına yaptıkları harcamalardan da yeterli karşılığı alamıyorlardı.

"Müşterilerimizin demografik özelliklerini tanımlamak için Google Analytics'in çapraz iş kesimi performans analitiği araçlarını kullanmaya başladığımızda, alıcılarımıza uygun özel reklam metinlerini tasarlayabilmeye başladık."



## Geliştirilmiş site tasarımı

Son olarak, BuildDirect, Google Analytics rapor verilerine dayanarak web sitesi tasarımını en iyi duruma getirebilmiştir. Brodie, "Google Analytics Site Yerleşimi ve Tanımlı Huni Raporu'nu kullanarak, müşterilerimizin neredeyse yarısını sepete ekleme ile ödeme teyidi arasındaki üç aşamalı süreçte kaybettiğimizin farkına vardık" diyor ve sözlerine şöyle devam ediyor: "Bu süreci tek adıma indirdik. Süreci basitleştirip tek bir sayfaya düşürmek suretiyle, numune siparişlerini yüzde 100 artırdık ve birkaç ay içinde de bunun gelir artışına önemli bir katkı sağlamasını bekliyoruz."

BuildDirect, online pazarlama programlarını web analitiği ile test etmeye ve izlemeye devam edecek. "Google Analytics'ten önce, pazarlama bütçemizi nasıl harcamamız gerektiği konusunda temelde tahminler yürütüyorduk. Şimdi ise, kampanyaların ne kadar geri dönüşünün olduğunu ve ne kadar işe yaradıklarını biliyoruz" diyor Brodie ve sözlerine şöyle devam ediyor: "Google Analytics'in işlerimize pozitif anlamda muazzam etkisi oldu."