



agency.com

ABOUT GOOGLE ANALYTICS

Google's web analytics service enables advertisers and publishers to make their marketing campaigns more efficient and their websites more effective. Advertisers can increase their return on investment by optimizing online marketing campaigns, tracking referral sources, improving web design and content, and identifying visitor preferences. Google Analytics' intuitive interface makes it easy to segment customers, identify top performing ad campaigns, and understand user preferences.

For more information, visit www.google.com/analytics.

SurePoint Lending en Agency.com verhoogden met Google Analytics het succespercentage op de klantensite met 25 procent.

Bedrijf

First Residential Mortgage Network (FRM) werd opgericht in 1995 en groeide uit tot een van de toonaangevende hypotheekverstrekkers in de Verenigde Staten. FRM vestigde zijn naam door de langdurige en moeizame procedure voor het verkrijgen van een hypotheek om te zetten in een snelle en zelfs plezierige activiteit. Om de klanttevredenheid te vergroten en de aanvraagtijd voor klanten die een hypotheek online zoeken te verkorten, is FRM in 2005 de heftig concurrerende online leningmarkt opgegaan met dochteronderneming SurePoint Lending.

FRM wist dat het moest concurreren met ervaren online geldverstrekkers en zocht daarom contact met het interactieve bedrijf Agency.com. Hiermee werd een uitmuntende website gemaakt met effectieve interactieve marketingcampagnes om de nieuwe onderneming tot een succes te maken. FRM werd hiermee een van de vele klanten van Agency.com die gebruikmaken van de expertise van dit bedrijf op het gebied van interactieve marketing en websiteontwikkeling, waaronder 3M, British Airways, BrownCo, Discovery Networks, T-Mobile UK en Visa.

We hebben overall rekening mee gehouden bij de introductie van een nieuw product voor online leningen, zegt Chris Bowler, clientpartner bij Agency.com. "We hebben de beste methode voor webontwerp gecombineerd met hulpprogramma's voor online marketing en uitgebreide webanalyse om optimale resultaten voor FRM te verkrijgen."

Benadering

Op de online leningmarkt kan zelfs de kleinste frustratie of onzekerheid klanten wegjagen. Het brede aanbod aan online leenmogelijkheden vormt een enorme uitdaging om klanten vanaf het begin vast te houden. Als een hypotheekzoeker op een website terecht komt, moet de hypotheekaanvraag online tot stand komen. Wanneer de aanvraag te lang of te ingewikkeld lijkt of gevoelige financiële gegevens te snel worden opgevraagd, kan een klant zijn pogingen al snel staken. Het aanvragen van een hypotheek kan ook uiterst emotioneel zijn, waardoor het soms moeilijk is vast te stellen waarom de aanvraag niet voltooid is.

Met het speciale en uitdagende karakter van online leningen in gedachten, begon Agency.com Google Analytics te gebruiken om de effectiviteit van interactieve marketingcampagnes te maximaliseren en de site van SurePoint Lending aan te passen om online klanten te trekken en te houden.

We wisten dat Google Analytics heel belangrijk zou zijn voor SurePoint Lending, zegt Bowler. "We wilden graag weten welke zoekwoorden en campagnes het effectiefst waren, en bijvoorbeeld ook welk type klant een lening aanvroeg. Daarnaast wilden we het percentage siteverlaters per pagina ook kunnen bijhouden. Om het aantal conversies te verhogen moesten we verder het siteontwerp en de aanvraagprocedures voortdurend aanpassen."

Daarnaast heeft Agency.com ingezet op een grootscheepse Google AdWords-campagne met honderden zoekwoorden om verkeer naar de site van SurePoint Lending te genereren. Op basis van ervaringen met andere klanten in het verleden stelde Agency.com vast dat zoekgeoriënteerd adverteren effectiever is in het genereren van verkeer en leads dan banneradvertenties of andere online marketingactiviteiten.

Daarnaast heeft Agency.com voor de integratie van Google Analytics met de FRM-software voor het bijhouden van leads gezorgd. Met dit volledig geïntegreerde systeem kunnen leningmedewerkers van SurePoint potentiële klanten benaderen en binnenhalen per telefoon en e-mail. De gehele integratie van het volgsysteem met Google Analytics nam niet meer dan twee weken in beslag en stelde Agency.com in staat om klanten te volgen van de eerste reactie op een advertentie tot en met de voltooide lening.

Resultaten van deze volledige manier van bijhouden

Door de integratie met Google Analytics heeft SurePoint een nauwkeurig overzicht van hun online marketingcampagnes. “De mensen van SurePoint kunnen zien waar afgeronde leningen vandaan zijn gekomen, zelfs welk zoekwoord een klant heeft gebruikt om op de site te komen,” aldus Libby Cooper, Marketing Director van SurePoint Lending. “Dergelijke details zijn uiterst belangrijk bij het vormgeven van doorlopende advertentiecampagnes en om de gewenste klanten aan te trekken.”

Aanmeldingsprocessen voor leningen verfijnen

Google Analytics heeft zijn nut met name bewezen in het bepalen van de reden waarom klanten hun pogingen om een hypotheek aan te vragen hebben gestaakt. Agency.com gebruikt Google Analytics om te bepalen waar en wanneer klanten een pagina verlaten. Vanaf het begin was Agency.com succesvol in het genereren van verkeer naar de site; maar het percentage siteverlatingen was hoog. Het bedrijf raadpleegde de trechterrapporten van Google Analytics om de verlatingspercentages vast te stellen op bepaalde pagina's of in bepaalde fasen van de procedure.

Op basis van de gegevens van Google Analytics wijzigen we de site voortdurend om mensen gemakkelijk te laten voelen en vertrouwen te kweken voordat we gevoelige informatie vragen. Het is cruciaal om overzicht te hebben over de trechter, om te kijken waar mensen de site verlaten, zegt Bowler.

Online advertenties maximaliseren

Google Analytics berekent ook welke AdWords-zoekwoorden de beste resultaten leveren, en geeft ook informatie over de kosten per klik op de website van SurePoint. Agency.com verwerkt deze informatie uiteindelijk in wijzigingen voor de AdWords-campagne en de SurePoint-site om de effectiviteit te optimaliseren.

Met behulp van Google Analytics bekeek Agency.com eerst de meest effectieve groep zoekwoorden, en verfijnden ze de kopij in zowel zoekgebaseerde als banner-advertenties om de aandacht te richten op de meest winstgevende concepten. Ze pasten bestemmingspagina's aan, afhankelijk van het zoekwoord waarop gebruikers hadden geklikt. Agency.com herzag ook de kopij op de hele site, voornamelijk op de bestemmingspagina's om het doel van elke pagina beter over te brengen. Na deze aanpassingen nam het gemiddelde weigeringspercentage op de vijf meestgebruikte bestemmingspagina's met 17 procent af, en steeg het succespercentage voor de bestemmingspagina's die waren gericht op zoekwoorden met meer dan 25 procent.

Op basis van de fantastische resultaten die we hebben behaald met Google Analytics, willen we het systeem gaan gebruiken voor toekomstige campagnes, zegt Bowler. “We hebben veel klanten die aanzienlijk kunnen profiteren als ze hun online aanwezigheid en marketinginspanningen verfijnen met Google Analytics.”

