



## CKE Restaurants, Inc. steigert die Bekanntheit seiner Marken mit Google Analytics.

“Es war eine gewaltige Arbeitserleichterung, die Daten schnell zu extrahieren, nach Datum, Besuchen oder Klicks zu sortieren und verschiedene Zeiträume vergleichen zu können.”

**Justin Bain**

Director of Marketing, Spacedog



### 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](http://www.google.com/analytics).

### Unternehmen

Die Entwicklung dieses inzwischen fast allgegenwärtigen Systemgastronomie-Anbieters ist eine Erfolgsgeschichte ehrgeiziger junger Unternehmer wie CKE Restaurants-Gründer Carl N. Karcher, die sich aufmachten, Amerikas Hunger nach Mobilität und preiswerten Mahlzeiten in hochwertiger Qualität zu stillen. Entstanden im Zuge der aufstrebenden Automobilkultur in Südkalifornien während und nach dem zweiten Weltkrieg, wuchs die Schnellrestaurantbranche im Gleichschritt mit dem Ausbau des Highway-Netzes und wurde zu einem prägenden Bestandteil des amerikanischen Lifestyles.

Heute betreibt CKE einige der bekanntesten regionalen Schnellrestaurantketten der USA, darunter die Marken Carl's Jr., Hardee's, La Salsa Fresh Mexican Grill und Green Burrito. Das Unternehmen CKE umfasst mehr als 3.200 Standorte in 44 Bundesstaaten und dreizehn Ländern.

### Ansatz

Die meisten Schnellrestaurants sind bei der Markenentwicklung über das Internet eher Nachzügler. Nicht so CKE Restaurants. Das Internet zählt bei CKE zu den wichtigsten Instrumenten zur Förderung der Markenbekanntheit. Die Websites von Carl's Jr. und Hardee's sind interaktive Spielplätze für die CKE-n, mit Online-Spiellhallen, TV-Werbespots, interaktiven Menüs, einem Restaurant-Finder und Ernährungsinformationen. Daneben bieten die Sites Film-Trailer und Videos sowie Gewinnspiele und Werbegeschenke von Partnern wie New Line Cinema, Motorola und Napster an.

Die mit 4 Millionen Besuchern in den ersten drei Wochen absolut "heiße" Site von CKE im Internet ist [www.spicyparis.com](http://www.spicyparis.com). Sie zeigt den im Fernsehen abgelehnten Werbespot mit Paris Hilton, die ein Auto wäscht, während sie genüsslich einen Spicy Burger von Carl's Jr. verzehrt. Außerdem finden sich auf der Site Backstage-Aufnahmen von Paris sowie eine Parodie der Paris Hilton-Werbespots mit "Sexy"-Eugene", der unter Beweis stellt, dass das Entscheidende doch die Auswahl des richtigen Darstellers ist.

“Massenhaft Daten zu haben ist das eine, diese jedoch aufzubereiten und die Ergebnisse verwertbar darzustellen etwas ganz anderes. Google Analytics hat eine hervorragende Benutzeroberfläche. Besonders gelungen finden wir die globale Grafik, die alle Orte auf der Welt zeigt, an denen gerade Menschen die CKE-Websites besuchen.”

Unser Ziel ist es, nun an die Marken von CKE zu binden, erklärt Dustin Callif, Managing Director bei Spacedog, der interaktiven Marketingagentur von CKE. “Um sicherzustellen, dass wir unsere Ziele erreichen, brauchen wir Zugang zu Kennzahlen, wie beispielsweise die durchschnittliche Verweildauer auf unseren Webseiten, die Anzahl der Mehrfachbesuche und Angaben über die Qualität dieser Besuche.”

Spacedog verfügte über eine eigene Lösung zur Webanalyse, die jedoch die Erwartungen nicht erfüllen konnte. “Bei unserem alten Analyse- und Bericht-Tool dauerte es meistens mehrere Minuten pro Webseite, um auch nur die einfachsten Informationen

---

“Wir hatten schon vermutet, dass der Spielebereich der beliebteste Bereich ist, und durch Google Analytics wissen wir es jetzt genau. Nun können wir weitere Spiele einrichten, um den Besuchern ein noch attraktiveres Erlebnis auf der Website zu bieten.”

**Justin Bain**

Director of Marketing, Spacedog

---

wie Besuche, Seitenzugriffe und Klicks abzurufen”, erklärt Justin Bain, Marketing Director bei Spacedog. “Wir verbrachten so viel Zeit damit, die Berichte abzurufen, dass wir kaum noch Zeit hatten, die Daten auszuwerten.”

Auf der Suche nach einem hochleistungsfähigen Webanalyse-Service mit erweiterten Funktionalitäten schrieb sich die Agentur Spacedog für die Nutzung von Google Analytics ein. Die Agentur gewann sofort den Einblick, den sie benötigte, um die Marketingkampagnen und Werbeaktionen von CKE effektiver zu gestalten.

### Ergebnisse

Das Spacedog-Team lernte den Umgang mit Google Analytics schnell, vor allem dank dessen übersichtlicher und bedienerfreundlicher Benutzeroberfläche. “Massenhaft Daten zu haben ist das eine, diese jedoch aufzubereiten und die Ergebnisse verwertbar darzustellen etwas ganz anderes”, sagt Bain. “Google Analytics hat eine hervorragende Benutzeroberfläche. Besonders gelungen finden wir die globale Grafik, die alle Orte auf der Welt zeigt, an denen gerade Menschen die CKE-Websites besuchen.”

### Höhere Werbewirksamkeit, niedrigere Kosten

Bereits in den ersten Wochen der “Spicy Paris”-Kampagne klickten etwa 50.000 Personen auf den “Spicy Burger”-Gutschein und über 60.000 auf den Restaurant-Finder. Mehr als 60.000 Menschen leiteten das “Spicy Paris”-Video an Freunde weiter. “Virales Marketing in dieser Form, dass Leute Videos ansehen und ihren Freunden schicken, ist im Fernsehen nicht möglich, und dieses Maß an Werbewirksamkeit mit einem Werbespot im Fernsehen zu erzielen, würde etliche Millionen mehr kosten”, meint Callif.

### Optimiertes Webitedesign

Anhand der von Google Analytics gelieferten Informationen können Callif und Bain sofort prozentuale Änderungen bei Seitenzugriffen, Klicks und anderen Daten zur Erfolgsmessung von Kampagnen erkennen. Eine der wichtigsten Kennzahlen für das Spacedog-Team ist die durchschnittlich auf den einzelnen Sites verbrachte Zeitdauer. Als Schnellrestaurantbetreiber ist CKE weniger an Klickraten interessiert, sondern eher daran, wie viel Zeit Besucher in Interaktion mit einer der CKE-Marken verbringen. Mithilfe von Daten aus Google Analytics konnte der beliebteste Bereich der Websites von Hardee’s und Carl’s Jr. bestimmt werden: der Spielebereich, in dem die Nutzer Online-Spielhallen besuchen können. “Wir hatten schon vermutet, dass der Spielebereich der beliebteste Bereich ist, und durch Google Analytics wissen wir es jetzt genau. Nun können wir weitere Spiele einrichten, um unseren Besuchern ein noch attraktiveres Erlebnis auf der Website zu bieten”, erläutert Bain.

### Aktives One-to-One-Marketing

Wenn sich Besucher auf den Websites von CKE für Gewinnspiele oder Werbeaktionen anmelden, werden ihre Daten von Spacedog in einer Datenbank erfasst. Dort kann das Beziehungsmarketing in Form von E-Mail-Newsletters ansetzen. CKE hält auf seinen Sites auch Gutscheine sowie einen Restaurant-Finder bereit. Mit Google Analytics können Callif und Bain die Wirksamkeit dieser Strategien messen, was zuvor nicht möglich war.

Google Analytics ermöglicht es Spacedog außerdem, den Prozentsatz an wiederkehrenden Besuchern zu erfassen - ein Barometer für die Akzeptanz der monatlichen Werbeaktionen. Ziel ist es, Personen zur Rückkehr zur Website zu bewegen und sie zu animieren, ihre Informationen in die CKE-Datenbank einzugeben. Im September

---

“Klicks bei Datenbank-Anmeldungen, Gutscheinen und dem Restaurant-Finder sind qualifizierter als andere Interaktionen. Mit Google Analytics können wir diese Informationen erfassen und Kapital daraus schlagen.”

**Justin Bain**

Director of Marketing, Spacedog

---

2005 wiesen Daten aus Google Analytics einen 20-prozentigen Anstieg bei den wiederkehrenden Besuchern aus und 25 Prozent der bei Gewinnspielen oder Werbegeschenken angemeldeten Nutzer stimmten auch dem Erhalt der CKE-Newsletter zu.

### Schnellere Erkenntnisse

Als spicyparis.com in den ersten drei Wochen von Millionen von Menschen förmlich überrannt wurde, funktionierte Google Analytics ohne Fehl und Tadel. “Angesichts der Masse von Daten, insbesondere bei Spicy Paris, war es eine gewaltige Arbeitserleichterung, die Daten schnell zu extrahieren, nach Datum, Besuchen oder Klicks zu sortieren und verschiedene Zeiträume vergleichen zu können”, berichtet Bain. “Die langen Wartezeiten, die wir bei den früheren Tools in Kauf nehmen mussten, gehören der Vergangenheit an.”

### Eine Basis für künftige Marketingaktivitäten

Neben ihrer Funktion als Input für die Datenbanken von CKE Restaurants bieten die Daten aus Google Analytics auch die Möglichkeit, die CKE-Websites als Marktforschungslabors einzusetzen, um zu erfahren, welche Besonderheiten mehr Aufmerksamkeit wecken oder mehr Gutschein-Downloads bewirken. Noch wichtiger ist, dass Google Analytics CKE ein Experimentierfeld für nicht-traditionelle Marketingmethoden bietet. Das Web macht noch einen relativ kleinen Anteil von einem Prozent des gesamten Marketingbudgets des Unternehmens aus, aber die Produktionskosten und Kosten pro Impression sind erheblich geringer als bei der TV-Werbung.

Für einen Bruchteil unseres Gesamt-Medienbudgets erhalten wir eine erhebliche Web-Präsenz, meint Brad Haley, Executive Vice President und Chief Marketing Officer bei Carl's Jr. und Hardee's. “Und im Lauf der nächsten vier bis zehn Jahre wird dieses Produktions- und Medienbudget von traditioneller Werbung auf neue Werbeformen umgestellt. Dann werden Online-Kampagnen unser primäres Werbemedium sein.”

