



## SurePoint Lending 和 Agency.com 使用 Google Analytics (分析) 后, 其客户网站上的转换率提高了 25%。

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

### 业务

First Residential Mortgage Network (FRM) 于 1995 年开始运作, 此后规模不断地扩大, 现在已成为国内抵押银行业内的领军企业之一。FRM 通过将冗长、繁琐的抵押贷款办理手续转变为快速、甚至让人倍感愉快的业务体验, 确立了自己的稳固地位。为了拓宽自己的客户关注点, 并将积极、简便的业务处理过程推向在线寻求抵押贷款的人们, FRM 在 2005 年建立了分支机构 SurePoint Lending, 进入了竞争异常激烈的在线贷款市场。

FRM 了解到自己需要与业界资深的在线贷款机构进行竞争, 因此与交互式公司 Agency.com 接触, 以开发世界一流的网站, 并提供有效的交互式营销广告系列, 从而帮助确保自己的新事业获得成功。为此, FRM 最终成为 Agency.com 的客户, 而 Agency.com 的客户都很有名头, 他们涉足了该机构的交互式营销业务并利用该机构的网站开发技术专长, 包括 3M、British Airways、BrownCo、Discovery Networks、T-Mobile UK 和 Visa。

“要将新品牌引入在线贷款业务, 我们需要考虑各个方面的因素,” Agency.com 的客户合作伙伴 Chris Bowler 说。“我们将业界最佳的网站设计实践与在线营销和全面的网络分析工具结合起来, 从而最大程度地提高 FRM 的效果。”

### 方法

对于在线贷款业务, 即使是最小的挫折或不确定性, 也会导致客户止步不前。客户需要填写纷繁复杂的在线贷款选项, 这一开始就使得吸引客户变得非常困难。寻求抵押贷款的潜在客户一旦登录到某个网站, 就必须在线填写贷款申请。如果申请过程太冗长或太复杂, 或者要求提供的财务信息过于敏感, 客户可能会放弃贷款要求。申请抵押贷款的过程也可能与申请人的情绪变化关系很大, 因此很难准确地了解客户未完成贷款申请的原因。

在认识到在线贷款业务的灵敏性和挑战性之后, Agency.com 开始使用 Google Analytics (分析) 来最大程度地提高交互式营销广告系列的效果, 并对 SurePoint Lending 网站进行优化, 以获得和保持在线客户。

“我们知道 Google Analytics (分析) 对于 SurePoint Lending 而言极其重要,” Bowler 表示。“我们需要持续了解哪些关键字和广告系列最为有效, 并确定哪些类型的客户正在申请贷款, 同时跟踪每一页的放弃率。当然, 我们需要不断地优化网站设计和申请过程, 以便提高转换率。”

同时, Agency.com 制作了一个内容极其丰富的 Google AdWords 广告系列, 利用数百个关键字来提高 SurePoint Lending 网站的点击量。根据过去其他客户的经验, Agency.com 确定基于搜索的广告业务与横幅广告或其他在线营销手段相比, 前者在提高点击量和获得销售机会方面的效果更为显著。

与此同时, Agency.com 还将 Google Analytics (分析) 与 FRM 自己开发的销售机会跟踪软件集成在一起。借助于这一完全集成的系统, SurePoint 信贷员就可以通过电话和电子邮件来跟踪潜在客户的信息并核定其贷款资格。将跟踪功能与 Google Analytics (分析) 完全集成花了不到两周的时间, 但集成后, Agency.com 就能够从客户最初响应广告到最终完成贷款进行全程跟踪。

## 效果端对端跟踪

通过集成 Google Analytics (分析), SurePoint 可以密切地关注在线营销工作的效果。“SurePoint 员工可以看到已完成的贷款源于何处, 甚至可以详细了解客户是通过搜索哪个关键字登录到网站的,” SurePoint Lending 的市场总监 Libby Cooper 说, “这种细节程度对于设计将来的广告系列和获得理想的潜在客户起着极其重要的作用。”

## 优化贷款申请过程

Google Analytics (分析) 在确定客户放弃其抵押贷款申请的原因方面一直发挥着特别强大的作用。Agency.com 使用 Google Analytics (分析) 来确定客户何时在何处离开了每个页面。从一开始, Agency.com 就成功地提高了网站的点击量 — 但放弃率很高。该机构转而使用 Google Analytics (分析) 中的渠道报告, 以确定特定页面上或申请过程每个阶段的放弃率。

“根据从 Google Analytics (分析) 得到的数据, 我们将持续不断地修改网站, 使用户感到更舒适, 并在要求提供敏感信息之前建立信任关系。了解渠道从而确定放弃点对于我们所采取的措施至关重要,” Bowler 说。

## 最大程度地提高在线广告的效果

Google Analytics (分析) 还能够衡量哪些 AdWords 关键字提供最佳的结果, 并提供 SurePoint 网站上每次点击费用的信息。Agency.com 吸收了这些信息, 并对 AdWords 广告系列和 SurePoint 网站进行更改, 以便最大程度地发挥作用。

借助于 Google Analytics (分析), Agency.com 将搜索关键字购买方式集中在一组最有效的关键字上, 并在基于搜索的广告和横幅广告中优化这些关键字, 从而将关注点集中于回报率最高的概念上。该机构根据用户点击的关键字调整了目标网页。Agency.com 还修订了整个网站 (主要是目标网页), 以使每页更好地表达特定的目标。进行调整后, 前五个进入网页上的平均跳出率下降了 17%, 而专注于实现搜索关键字购买方式的目标网页, 其转换率的上升幅度超过了 25%。

“我们使用 Google Analytics (分析) 获得了非常出色的结果, 因此我们将来的广告系列有望采用这一系统。” Bowler 说, “我们拥有大量的客户, 他们可以使用 Google Analytics (分析) 来提高自己的在线展示率和优化营销工作, 从而大大受益。”

