



## BuildDirect 使用 Google Analytics (分析) 后销售额增加了 50%。

“我们的在线销售额增长了 50% - 实现这些没有耗费半点人力。这充分证明了 BuildDirect 不断进行的网站设计和市场测试以及 Google Analytics (分析) 所提供的可操作信息。”

Dan Brodie  
执行总监



### 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).

### 商业

BuildDirect 直接从制造商那里购买产品，然后销售给世界各地的买家。这家总部位于加拿大温哥华的公司自 1999 年创建后迅速发展成为全球领先的在线商品批发商和建筑产品专业零售商。BuildDirect 的业务遍布六大洲的四十个国家/地区，经营着一系列地板、屋顶材料、壁板、装饰和台面产品。订单中既有发往大洋港口或内陆转运基地的集装箱，也有发往北美任一邮区的集装架。在 2004 年，Profit 杂志将 BuildDirect 排为加拿大成长速度第二的公司。

由于 BuildDirect 是完全虚拟的企业，同传统贸易公司相比，它具有极大优势，销售量更大而费用更低。该公司在很大程度上将其成功归结于明智地采用了在线营销和广告手段。

### 挑战

尽管公司成长迅速，但管理层仍渴望提高其在线支出的效率 - 尤其是考虑到在经营的前几年，其营销预算每季度接近八百万人民币。

BuildDirect 的营销组合非常好，由搜索引擎广告、电子邮件简报和在线网站客户注册构成。公司所面临的挑战是通过更好的跟踪辨别有效策略和无效策略，从而改善效果。

在 2004 年，BuildDirect 使用 Google Analytics (分析) 替代了现有的分析软件包。运营主管 Dan Brodie 称，在大约几个月的时间内，他们看出其电子邮件营销渠道的转换情况低于期望值。由于广告点击的转换情况也很糟糕，他们在第三级搜索引擎上的支出也没有为他们带来充分价值。

“在使用 Google Analytics (分析) 跨群体效果分析工具得出客户人口统计学数据后，我们就可以针对买方设计特定的广告内容了。”

### 结果

“网络分析对于任何在线公司都是非常重要的，并且已经成为大大改善我们经营状况的关键”，Brodie 说。使用 Google Analytics (分析)，他可以发现哪些广告有效以及简报和网站设计对提高销售额起到了什么样的效果。“我们的在线销售额增长了 50% - 实现这些没有耗费半点人力。这充分证明了 BuildDirect 不断进行的网站设计和市场测试以及 Google Analytics (分析) 所提供的可操作信息。”

“利用 Google Analytics (分析)，我们了解到我们的许多搜索引擎都没有带来有足够针对性的点击量”，Brodie 说。“较高的访问者数量的确重要，不过，我们需要关注的是转换次数，即能带来销售额的点击量”，他补充说。

### 更好的广告搜索结果

BuildDirect 在将广告支出集中到顶尖搜索引擎后，马上发现转换次数增加了 37%，而同时其搜索营销总预算也降低了 33%。公司自此增加了对高转换率搜索引擎的搜索广告支出，并且一直保持着非常高的转换率。

### 更有效的电子邮件广告系列

除改进搜索广告外, BuildDirect 还能够判断用来提高其网站点击量的电子邮件广告系列的效果。尽管该公司购买了“证实有意”进行住房翻修的潜在客户的电子邮件列表, 并且一次发出 600,000 至 800,000 封电子邮件, 但由于转换率较低, 投资回报率仍然不高。使用 Google Analytics (分析) 进行广告系列监控和跟踪后, BuildDirect 使自己的电子邮件营销转换率翻了一番。“在使用 Google Analytics (分析) 跨群体效果分析工具得出客户人口统计学数据后, 我们就可以针对买方设计特定的广告内容了”, Brodie 说。

### 改善客户参与度

使用 Google Analytics (分析) 营销优化报告后, BuildDirect 发现样品购买是提高销售额的有力途径。“购买样品的家庭买方有 60% 的可能性会在 30 日内返回网站并签下完整的订单”, Brodie 说。除定制适合各个客户群体的邮件外, BuildDirect 还使用 Google Analytics (分析) A/B 测试功能完善自己的营销方法“我们使用 Google Analytics (分析) 对每一简报上不同版本的广告内容进行测试, 并对结果进行跟踪, 因此, 我们能够知道我们所进行的各种尝试的打开率、点击率和转换次数。”

### 改进网站设计

最终, BuildDirect 可以根据 Google Analytics (分析) 报告数据优化自己的网站设计。“利用 Google Analytics (分析) 网站覆盖图和定义的渠道报告, 我们发现, 在购物车和付款确认之间的三阶段过程中, 我们几乎失去了半数客户”, Brodie 说。“我们将这一过程缩减为一步。简化为一个页面后, 样品订单增加了一倍, 我们预计在几个月内就会带来收入的显著增加。” BuildDirect 会继续利用网络分析对在线营销计划进行测试和监控。“在使用 Google Analytics (分析) 之前, 我们基本上是靠猜测来确定应该如何花费营销资金。现在, 我们知道了广告系列价值几何以及效果如何”, Brodie 说。“Google Analytics (分析) 对我们的企业产生了巨大的积极影响。”

