



SurePoint Lending과 Agency.com은 Google Analytics를 사용하여 고객 사이트의 전환율을 25% 증가시켰습니다.

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.

비즈니스

First Residential Mortgage Network(FRM)는 1995년 영업을 시작한 이래 성장을 거듭하여 미국 담보대출 금융업계의 선두주자가 되었습니다. FRM은 길고 복잡한 담보대출 과정을 신속하고 심지어는 즐거운 비즈니스 경험으로 변모시킴으로써 그 입지를 굳혀왔습니다. 대상 고객층과 신속한 처리 시간을 온라인으로 담보대출을 원하는 고객에게 확대하여 마침내 2005년 FRM은 자회사 SurePoint Lending과 함께 경쟁이 극심한 온라인 대출시장에 진출했습니다.

이미 입지를 굳힌 온라인 대출업체와 경쟁해야 했기 때문에 FRM은 대화형 마케팅 업체인 Agency.com과 손을 잡고 새 벤처사업을 성공으로 이끌기 위해 세계 최고 수준의 웹사이트를 개발하고 효과적인 대화형 마케팅 캠페인을 제공했습니다. 이 과정에서 FRM은 Agency.com의 대화형 마케팅과 전문적인 웹사이트 개발 기술을 활용하는 3M, British Airways, BrownCo, Discovery Networks, T-Mobile UK 및 Visa 같은 이 업체의 여러 저명한 고객의 일원이 되었습니다.

Agency.com의 고객 파트너인 Chris Bowler는 “온라인 대출시장에 새 브랜드를 내놓기 위한 모든 준비 작업을 마쳐야 했습니다”라고 말하며 “웹 디자인의 모범 사례를 온라인 마케팅 도구 및 광범위한 웹 분석도구와 결합시켜 FRM에 최고의 결과를 가져오도록 했습니다”라고 덧붙였습니다.”

접근방법

온라인 대출에서는 아주 작은 실망감이나 불확실성으로도 고객을 놓칠 수 있습니다. 다양한 온라인 대출 옵션이 존재하기 때문에 처음부터 고객의 관심을 끄는 일은 어렵습니다. 일단 담보대출을 원하는 고객이 웹사이트를 방문하면 온라인에서 대출 신청서 작성을 마칠 수 있도록 도움을 제공해야 합니다. 대출 신청 과정이 너무 길고 복잡하거나 민감한 금융정보를 너무 자주 요청하면 고객이 대출을 포기할 수 있습니다. 담보대출 신청 과정 역시 매우 감정적이기 때문에 고객이 대출 신청을 완료하지 않는 이유를 정확히 밝히기는 어렵습니다.

온라인 대출의 민감한 부분과 과제를 인식한 Agency.com은 Google Analytics를 사용하여 대화형 마케팅 캠페인의 효과를 극대화하고 SurePoint Lending 사이트를 개선하여 온라인 고객을 끌어들이고 유지할 수 있게 되었습니다.

Bowler는 “Google Analytics는 SurePoint Lending에게는 없어서는 안 될 매우 중요한 제품입니다”라고 말하며 “우리는 항상 어떤 키워드와 캠페인이 가장 효과적인지 주시해야 했고 대출을 신청한 고객 유형을 파악하는 것은 물론 각 페이지별 포기율도 추적해야 했습니다. 또한 전환율을 높이기 위해 지속적으로 사이트 디자인과 신청 과정을 수정해야만 했습니다”라고 덧붙였습니다.”

또한 Agency.com은 수백개의 키워드를 사용하는 대규모 Google AdWords 캠페인을 시작하여 SurePoint Lending 사이트에 트래픽을 유도했습니다. Agency.com은 다른 고객과의 이전 경험을 통해 검색기반 광고가 배너 광고 또는 기타 온라인 마케팅 활동보다 트래픽을 유도하고 리드를 수집하는 데 보다 효과적이라는 사실을 확인했습니다.

이러한 노력 외에도 Agency.com은 Google Analytics를 FRM의 자체 개발 리드 추적 소프트웨어와 통합했습니다. 완전 통합된 시스템으로 SurePoint의 대출 담당 직원들은 전화와 이메일로 대출 신청자를 조사하고 심사할 수 있게 되었습니다. Google Analytics와 추적기능을 완전히 통합하는 데는 2주일도 채 걸리지 않았고 Agency.com은 광고에 대한 최초 반응부터 대출 완료까지 고객을 추적할 수 있게 되었습니다.

철저한 결과추적

SurePoint는 Google Analytics를 통합하여 온라인 마케팅 활동을 철저하게 파악합니다. SurePoint Lending의 전무 Libby Cooper는 “SurePoint 직원은 완료된 대출이 어디서 시작되었는지, 심지어 고객이 사이트를 방문할 때 어떤 키워드를 검색했는지도 알 수 있습니다”라고 말하고 “이 정도로 자세한 데이터는 진행 중인 광고 캠페인을 관리하고 가장 적합한 고객을 확보하는 데 큰 도움이 됩니다”라고 덧붙였습니다.

대출 신청 과정 개선

Google Analytics는 고객이 담보대출 신청을 포기하는 이유를 알아내는 데 있어 특히 탁월했습니다. Agency.com은 Google Analytics를 사용하여 고객이 각 페이지의 언제 어느 부분에서 이탈하는지를 밝혀냅니다. Agency.com은 애초부터 사이트의 트래픽을 유도하는 데는 성공적이었지만 포기율이 높았습니다. 따라서 Google Analytics의 퍼널 리포트를 사용하여 특정 페이지의 포기율 또는 신청 과정의 특정 단계에서의 포기율을 확인했습니다.

Google Analytics의 데이터를 바탕으로 민감한 정보를 요청하기 전에 고객이 편안함을 느끼고 신뢰감을 가질 수 있도록 지속적으로 사이트를 변화시켜 나갈 것입니다. 이러한 노력에는 퍼널을 분석하여 포기 사유를 정확하게 알아내는 것이 필수적입니다”라고 Bowler는 말했습니다.

온라인 광고 활동의 극대화

또한 Google Analytics는 가장 결과가 좋은 AdWords 키워드를 산출하고 SurePoint 웹사이트의 클릭당 비용(CPC)에 대한 정보를 제공합니다. Agency.com은 이 정보를 사용하여 AdWords 캠페인 및 SurePoint 사이트의 효율을 극대화하도록 수정합니다.

Google Analytics의 도움으로 Agency.com은 검색 키워드 구매를 가장 효과적인 키워드군에 집중시키고 가장 수익이 높은 개념을 집중적으로 반영하도록 검색기반 광고와 배너 광고의 카피를 모두 수정했습니다. 대행사에서는 사용자들이 클릭하는 키워드에 따라 방문 페이지를 조정했습니다. 또한 Agency.com은 방문 페이지 위주로 사이트 전체의 카피를 수정하여 각 페이지의 구체적인 목적을 보다 효과적으로 전달하도록 했습니다. 이러한 조정 작업 이후 인기 5개 접속 페이지의 평균 반송률이 17% 감소했고 검색 키워드 구매에 초점을 맞춘 방문 페이지의 전환율은 25% 이상 증가했습니다.

“Google Analytics로 이룩한 탁월한 결과를 바탕으로 우리는 향후 캠페인에도 이 시스템을 활용할 계획입니다”라고 Bowler는 말하며, “Google Analytics를 사용하여 온라인 인지도 및 마케팅 노력을 개선함으로써 수 많은 고객이 큰 혜택을 보게 될 것입니다”라고 덧붙였습니다.”

