

Agency.com เพิ่มอัตราการแปลงของ SurePoint Lending ได้ถึง 25 เปอร์เซ็นต์ด้วย Google Analytics



“จากผลลัพธ์ที่น่าพึงพอใจที่เราได้รับจาก Google Analytics เรามั่นใจว่าจะใช้ระบบนี้กับแคมเปญอื่นๆ ในอนาคตอีกอย่างแน่นอน”

Chris Bowler
พันธมิตรลูกค้าสำหรับ Agency.com

agency.com

เกี่ยวกับ GOOGLE ANALYTICS

บริการวิเคราะห์เว็บของ Google ช่วยให้ผู้โฆษณาและผู้เผยแพร่สามารถเพิ่มประสิทธิภาพให้แกแคมเปญทางการตลาด และทำให้เว็บไซต์ได้รับผลมากยิ่งขึ้น ผู้โฆษณาสามารถเพิ่มผลตอบแทนจากการลงทุนได้ด้วยการเพิ่มประสิทธิภาพของแคมเปญการตลาดออนไลน์ ติดตามที่มาของการแนะนำ ปรับปรุงการออกแบบและเนื้อหาของเว็บไซต์ และระบุความต้องการของผู้เข้าชม ส่วนติดต่อผู้ใช้ที่ใช้งานง่ายของ Google Analytics ทำให้สามารถแบ่งส่วนลูกค้า ระบบแคมเปญโฆษณาที่มีประสิทธิภาพสูงสุด และทำความเข้าใจกับความต้องการของผู้ใช้ได้ง่ายยิ่งขึ้น

สำหรับข้อมูลเพิ่มเติม โปรดไปที่
www.google.com/analytics/th/

ธุรกิจ

First Residential Mortgage Network (FRM) เริ่มดำเนินการในปี 1995 และเติบโตเรื่อยมาจนเป็นผู้นำในภาคธุรกิจธนาคารเพื่อสินเชื่อการเคหะในประเทศ FRM ได้สร้างความแตกต่างด้วยการทำให้กระบวนการขอสินเชื่อที่เนิ่นนานและชวนเหนื่อยกลายเป็นขั้นตอนทางธุรกิจที่รวดเร็วและให้ความพึงพอใจ ในการขยายโพกัสของลูกค้าและระยะเวลาดำเนินการในเชิงรุกสำหรับบุคคลที่ต้องการสมัครขอสินเชื่อออนไลน์ ในปี 2005 FRM จึงได้เข้าสู่ตลาดสินเชื่อออนไลน์ที่มีการแข่งขันอย่างดุเดือด ด้วยบริษัทลูกคือ SurePoint Lending

FRM ทราบดีว่าตนกำลังแข่งขันกับผู้ออกสินเชื่อออนไลน์ที่มีรากฐานอยู่ก่อนแล้ว จึงได้ติดต่อให้บริษัทผู้ดำเนินการด้านระบบโต้ตอบ Agency.com เป็นผู้พัฒนาเว็บไซต์ระดับสากลและจัดทำแคมเปญการตลาดเชิงโต้ตอบที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้กิจการใหม่นี้ประสบความสำเร็จสูงสุด ในการนี้ FRM จึงได้เป็นหนึ่งในลูกค้าจำนวนมากของ Agency.com ที่ได้อาศัยความเชี่ยวชาญด้านการตลาดเชิงโต้ตอบและการพัฒนาเว็บไซต์ของบริษัท รวมถึง 3M, British Airways, Discovery Networks, T-Mobile และ Visa

“เราต้องคำนึงถึงทุกสิ่งทุกอย่างในการนำตราสินค้าใหม่เข้าสู่ตลาดสินเชื่อออนไลน์” Chris Bowler พันธมิตรของ Agency.com กล่าว “เราได้รวมการออกแบบเว็บในแนวทางที่ดีที่สุดเข้ากับเครื่องมือสำหรับการตลาดออนไลน์และการวิเคราะห์เว็บที่ครบวงจร เพื่อให้ FRM ได้รับผลลัพธ์ที่ดีที่สุด”

วิธีการ

ในธุรกิจสินเชื่อออนไลน์ ความไม่พึงพอใจหรือความไม่แน่ใจเพียงเล็กน้อยก็อาจทำให้ลูกค้าหายตัวไปได้ ตัวเลือกของสินเชื่อออนไลน์ที่มีมากมายทำให้การดึงดูดลูกค้าตั้งแต่แรกนั้นเป็นเรื่องที่ท้าทาย เมื่อเข้าสู่เว็บไซต์ ผู้ขอสินเชื่อจะต้องกรอกใบสมัครขอสินเชื่อออนไลน์ ถ้ากระบวนการสมัครยาวหรือซับซ้อนเกินไป หรือขอข้อมูลทางการเงินที่มีความละเอียดอ่อนเร็วเกินไป ลูกค้าก็อาจจะล้มเลิกความตั้งใจได้ง่ายๆ กระบวนการสมัครยื่นจำนองนั้นขึ้นอยู่กับความรู้สึกเป็นอย่างมาก ทำให้หาสาเหตุได้ยากว่าเพราะเหตุใดลูกค้าจึงไม่กรอกใบสมัครจนเสร็จ

“ด้วยข้อมูลจาก Google Analytics ทำให้เราสามารถปรับปรุงเว็บไซต์ของเราเพื่อให้ผู้ใช้รู้สึกสบายและเชื่อมั่นมากขึ้น ก่อนที่เราจะถามข้อมูลที่มีความละเอียดอ่อน การเข้าใจกระบวนการขายเพื่อซื้อจุดที่ล้มเลิกคือหัวใจสำคัญในการดำเนินงานของเรา”

Agency.com ทราบดีถึงความละเอียดอ่อนและความท้าทายของธุรกิจสินเชื่อออนไลน์ จึงได้เริ่มใช้ Google Analytics เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของแคมเปญการตลาดเชิงโต้ตอบและปรับแต่งเว็บไซต์ SurePoint Lending ให้สามารถดึงดูดและรักษาลูกค้าไว้

“เราทราบว่า Google Analytics จะมีส่วนสำคัญอย่างมากสำหรับ SurePoint Lending,” Bowler กล่าว “เราต้องตรวจสอบอยู่ตลอดเวลาว่าค่าหลักและแคมเปญใดมีประสิทธิภาพสูงสุด และลูกค้ากลุ่มใดมีการสมัครขอสินเชื่อ ตลอดจนติดตามอัตราการล้มเลิกในแต่ละหน้าเว็บแน่นอน เรายังคงปรับปรุงการออกแบบเว็บไซต์และกระบวนการสมัครของเราเพื่อเพิ่มอัตราการแปลงให้มากที่สุด”

Agency.com เริ่มต้นกับแคมเปญ Google AdWords ที่ใช้คำหลักนับร้อยๆ คำเพื่อดึงดูดปริมาณการเข้าชมไปยังเว็บไซต์ SurePoint Lending โดยดำเนินการนี้จากประสบการณ์ที่มีกับลูกค้ารายอื่นๆ และทำให้สรุปได้ว่าการโฆษณากับการค้นหานั้นมีประสิทธิภาพในการดึงดูดปริมาณการเข้าชมได้มากกว่า และสร้างโอกาสทางการขายได้มากกว่าการโฆษณาแบบแบนเนอร์หรือการตลาดออนไลน์แบบอื่นๆ

“เรามีลูกค้ามากมายที่จะได้ประโยชน์อย่างยิ่งขึ้นจากการปรับปรุงการนำเสนอในแบบออนไลน์และความพยายามด้านการตลาด โดยใช้ Google Analytics”

David Garofalo
ผู้จัดการด้านสื่อและการตลาด

พร้อมๆ กับความพยายามเหล่านี้ Agency.com ได้ผสานรวม Google Analytics เข้ากับซอฟต์แวร์ติดตามโอกาสในการขายที่พัฒนาขึ้นเองของ FRM ระบบที่ทำงานร่วมกันได้อย่างสมบูรณ์ ช่วยให้เจ้าหน้าที่สินเชื่อของ SurePoint สามารถติดตามผลกับว่าที่ลูกค้าและยืนยันหลักเกณฑ์ต่างๆ ผ่านทางอีเมลและโทรศัพท์ การผสานรวมการติดตามแบบสมบูรณ์กับ Google Analytics ใช้เวลาเพียงสองสัปดาห์ ทำให้ Agency.com สามารถติดตามลูกค้าได้จากการตอบสนองโฆษณาครั้งแรกไปจนถึงขั้นตอนที่สินเชื่อเสร็จสมบูรณ์

ผลลัพธ์

การติดตามแบบครบวงจร

ด้วยการผสานรวมกับ Google Analytics ทำให้ SurePoint มีภาพรวมที่สมบูรณ์ของการดำเนินการทางการตลาด “เจ้าหน้าที่ของ SurePoint สามารถทราบได้ว่าสินเชื่อไหนเริ่มต้นจากตรงไหน และรู้กระทั่งค่าหลักที่ลูกค้าใช้ค้นหาและเข้าสู่เว็บไซต์ของเรา” Libby Cooper ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาดของ SurePoint กล่าว “รายละเอียดในระดับนี้มีประโยชน์อย่างมากในการกำหนดแคมเปญโฆษณาและแสวงหาลูกค้าที่ดี”

การปรับปรุงกระบวนการสมัครขอสินเชื่อ

Google Analytics มีประสิทธิภาพอย่างยิ่งในการพิจารณาว่าเพราะเหตุใดลูกค้าจึงล้มเลิกการสมัครขอสินเชื่อจำนวน Agency.com ใช้ Google Analytics เพื่อให้ทราบว่าลูกค้าออกจากแต่ละหน้าเว็บเมื่อใดและที่ใด ในตอนแรก Agency.com ประสบความสำเร็จในการดึงดูดปริมาณการเข้าชมในเว็บไซต์ แต่อัตราการล้มเลิกสูงมาก ทำให้เอเจนซีหันมาพิจารณารายงานกระบวนการขายใน Google Analytics เพื่อดูอัตราการล้มเลิกในแต่ละหน้าเว็บหรือขั้นตอนของการสมัคร

“ด้วยข้อมูลจาก Google Analytics ทำให้เราสามารถปรับเว็บไซต์ของเราเพื่อให้ผู้ใช้รู้สึกสบายและเชื่อมั่นมากขึ้น ก่อนที่เราจะถามข้อมูลที่มีความละเอียดอ่อน การเข้าใจกระบวนการขายเพื่อชี้จุดที่ล้มเลิกคือหัวใจสำคัญในการดำเนินงานของเรา” Bowler กล่าว

การเพิ่มผลลัพธ์สำหรับการโฆษณาออนไลน์

Google Analytics มีการวัดว่าค่าหลัก AdWords ค่าใดให้ผลลัพธ์ที่ดีที่สุด ตลอดจนให้ข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุนต่อคลิกในเว็บไซต์ SurePoint ซึ่ง Agency.com รับข้อมูลนี้ และดำเนินการเปลี่ยนแปลงแคมเปญ AdWords และเว็บไซต์ SurePoint เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพสูงสุด

ด้วยความช่วยเหลือของ Google Analytics Agency.com จึงเน้นการซื้อค่าหลักสำหรับการค้นหาในตระกูลค่าหลักที่มีประสิทธิภาพสูงสุด และปรับแต่งการโฆษณาทั้งในโฆษณาจากการค้นหาและโฆษณาแบนเนอร์ เพื่อเน้นแนวคิดที่ให้ผลตอบแทนสูงสุด เอเจนซีได้ปรับหน้าที่เชื่อมโยงไปถึง โดยขึ้นอยู่กับค่าหลักที่ผู้ใช้คลิก นอกจากนี้ Agency.com ยังปรับแก้ข้อความทั้งเว็บไซต์ โดยเฉพาะในหน้าที่เชื่อมโยงไปถึง เพื่อสื่อสารเป้าหมายที่เจาะจงสำหรับแต่ละหน้า หลังจากปรับแล้ว อัตราการติกลับโดยเฉลี่ยในหน้าเริ่มต้นอันดับสูงสุดห้าอันดับแรกลดลง 17 เปอร์เซ็นต์ และอัตราการแปลงสำหรับหน้าที่เชื่อมโยงไปถึงสำหรับการซื้อค่าหลักสำหรับการค้นหาเพิ่มขึ้นมากกว่า 25 เปอร์เซ็นต์

“จากผลลัพธ์ที่น่าพึงพอใจที่เราได้รับจาก Google Analytics เรามั่นใจว่าจะใช้ระบบกับแคมเปญอื่นๆ ในอนาคตอีกอย่างแน่นอน” Bowler จาก Agency.com กล่าว “เรามีลูกค้ามากมายที่จะได้ประโยชน์จากการปรับแต่งกระบวนการออนไลน์และความพยายามด้านการตลาด โดยใช้ Google Analytics”

