

Discount Tire เพิ่มยอดขายออนไลน์ได้ถึง 14% ในสัปดาห์แรกด้วย Google Analytics



“Google Analytics นั้นปรับใช้ได้ง่ายกว่าผลิตภัณฑ์วิเคราะห์เว็บชนิดอื่นๆ ที่เราทดลองมาทั้งหมด และมีค่าใช้จ่ายเกือบเป็นศูนย์และใช้เวลาเกือบเป็นศูนย์ในการปรับใช้และบำรุงรักษา นอกจากนี้เรายังสามารถเปลี่ยนเป้าหมายและกระบวนการขายได้เกือบจะในทันที”

Travis Unwin
กรรมการผู้จัดการ



เกี่ยวกับ GOOGLE ANALYTICS

บริการวิเคราะห์เว็บของ Google ช่วยให้ผู้ใช้โฆษณาและผู้เผยแพร่สามารถเพิ่มประสิทธิภาพให้แก่แคมเปญทางการตลาด และทำให้เว็บไซต์ได้รับผลมากยิ่งขึ้น ผู้โฆษณาสามารถเพิ่มผลตอบแทนจากการลงทุนได้ด้วยการเพิ่มประสิทธิภาพของแคมเปญการตลาดออนไลน์ ติดตามที่มาของการแนะนำ ปรับปรุงการออกแบบและเนื้อหาของเว็บไซต์ และระบุความต้องการของผู้เข้าชม ส่วนติดต่อผู้ใช้ที่ใช้งานง่ายของ Google Analytics ทำให้สามารถแบ่งส่วนลูกค้า ระบุแคมเปญโฆษณาที่มีประสิทธิภาพสูงสุด และทำความเข้าใจกับความต้องการของผู้ใช้ได้ง่ายยิ่งขึ้น

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

ธุรกิจ

Discount Tire มีตัวเลือกมากมายสำหรับยางและล้อราคาถูก ทั้งในร้านค้าปลีกหรือการซื้อผ่านอินเทอร์เน็ต Discount Tire ดำเนินธุรกิจมากกว่า 40 ปี และเป็นดีลเลอร์อิสระรายใหญ่ที่สุดในประเทศ มีร้านค้า 600 แห่ง และขายเฉพาะยางและล้อเท่านั้น

นอกเหนือจากร้านค้าปลีกแล้ว อินเทอร์เน็ตก็เป็นอีกหนึ่งช่องทางที่ประสบความสำเร็จของ Discount Tire ผู้ซื้อออนไลน์สามารถทดลองยางในระบบเสมือนจริง โดยดูว่ายางจะมีลักษณะอย่างไรเมื่อติดตั้งในยานพาหนะด้วย Interactive Wheel System นอกจากนี้ยังสามารถประหยัดเวลาและประหยัดเวลาด้วยการสั่งซื้อยางหรือล้อโดยไม่ต้องจ่ายค่าจัดส่ง หรือซื้อยางและนัดหมายเพื่อติดตั้งที่ร้านค้าใกล้บ้าน ซึ่งทั้งหมดนี้สามารถกระทำได้แบบออนไลน์ ร้านค้าทางอินเทอร์เน็ตและร้านค้าปลีกรวมกันแล้วสามารถทำยอดขายได้กว่า 2 พันล้านดอลลาร์ใน 18 รัฐ

วิธีการ

เป้าหมายสำคัญของ Discount Tire คือการดึงดูดผู้ซื้อที่เหมาะสมไปยังเว็บไซต์สำหรับการขายตรง และนำผู้ใช้ไปสู่ร้านค้าในท้องถิ่น แคมเปญโฆษณาผ่านการค้นหาของ Google AdWords™ คือสิ่งสำคัญในการบรรลุเป้าหมายเหล่านี้ AdWords มีประสิทธิภาพอย่างมาก เนื่องจากสามารถกำหนดเป้าหมายลูกค้าท้องถิ่นได้อย่างแม่นยำ ด้วยการส่งสารสำหรับท้องถิ่นและตามเทศกาล แต่ทุกแคมเปญล้วนต้องมีการวัดผล

ในฐานะบริษัทที่มุ่งเน้นผลลัพธ์ Discount Tire ได้ให้ความสำคัญกับการวัดต่างๆ เป็นพิเศษ บริษัทมีนักวิเคราะห์การวัดที่ทำงานเต็มเวลา และใช้เครื่องมือวิเคราะห์เว็บเพื่อวัดประสิทธิภาพของงานด้านการตลาดทางอินเทอร์เน็ต รวมถึง AdWords ด้วย “เราเข้ามาแล้วทุกอย่าง ตั้งแต่การวิเคราะห์โฟลว์บนที่กไปจนถึงการติดตามคลิกและการติดตามแท็กพิกเซล เพื่อวัดประสิทธิภาพของเว็บไซต์และการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ตของเรา แต่น่าเสียดายที่เครื่องมือเหล่านี้ล้วนมีข้อจำกัดที่สำคัญ_ Travis Unwin กรรมการผู้จัดการของ Blue Ribbon Consulting ซึ่งเป็นเอเจนซีการตลาดออนไลน์ของ Discount Tire กล่าว

รายงานกระบวนการขายใน“ Google Analytics มีความสำคัญต่อความสำเร็จของเรามาก เราทำงานหนักเพื่อปรับปรุงประสบการณ์ในการใช้งานของผู้ใช้ Google Analytics ช่วยให้เราเข้าใจว่าเราต้องทราบโดยเร็วว่าขั้นตอนใดในกระบวนการขายที่ไม่สมบูรณ์ เพื่อให้เราสามารถแก้ไขได้ทันที”

โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เครื่องมือวิเคราะห์เว็บบนที่กและเครื่องมือวิเคราะห์อื่นๆ ต้องมีการปรับแต่งมากพอสมควรเพื่อที่จะทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้ Discount Tire สูญเสียทรัพยากรด้านไอทีไปโดยไม่จำเป็น นอกจากนี้ ทุกสิ่งที่ Discount Tire ทดลองใช้จะให้ผลลัพธ์ที่ครึ่งๆ กลางๆ หรือเชื่อถือไม่ได้ “เราต้องการข้อมูลการวิเคราะห์และการรายงานที่เราสามารถพึ่งพาได้ เราพบว่าเครื่องมือต่างๆ ที่เราทดลองต้องมีการปรับแต่งสำหรับแต่ละหน้าเว็บมากเกินไป”_ Mike Bolland หัวหน้างานด้าน E-Business ของ Discount Tire กล่าว จากผลลัพธ์ที่น่าผิดหวังเหล่านี้ ทำให้ Discount Tire พยายามค้นหาตัวเลือกอื่นๆ และได้ตัดสินใจลง Google Analytics

ผลลัพธ์

การโฆษณาผ่านการค้นหา” โดยเฉพาะ Adwords คือหลักสำคัญของแนวทางและส่วนที่เราต้องการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง”

Travis Unwin
กรรมการผู้จัดการ

เริ่มต้นได้รวดเร็ว บำรุงรักษาโดยไม่สิ้นเปลือง

Unwin และ Bolland เห็นว่า Google Analytics นั้นสามารถปรับใช้ได้ง่าย ต้องมีการปรับแต่งเพียงเล็กน้อย และให้การวัดในเชิงลึกที่บริษัทต้องการได้ทันที วิธีการหลักในการดึงดูปริมาณการเข้าชมสู่เว็บไซต์นั้นมาจากการโฆษณาด้วยคำหลักในระบบการค้นหา Google Analytics สามารถผสมรวมกับแคมเปญ AdWords ได้ง่ายตายและให้การวัดที่มีผลลัพธ์แม่นยำ และสามารถแท็ก URL ของปลายทางคำหลักด้วยการคลิกปุ่มเท่านั้นเอง ทีมงาน Discount Tire สามารถตั้งค่ากระบวนการและเป้าหมายของการแปลงได้ภายใน Google Analytics แทนที่จะต้องเพิ่มแท็กในแต่ละหน้าของเว็บไซต์ ซึ่งเป็นข้อได้เปรียบที่สำคัญสำหรับการบำรุงรักษาเว็บไซต์ที่มีความเคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลาของบริษัทโดยไม่ต้องใช้ทรัพยากรด้านไอทีมากเกินไป

“Google Analytics นั้นปรับใช้ได้ง่ายกว่าผลิตภัณฑ์วิเคราะห์เว็บชนิดอื่นๆ ที่เราทดลองมาทั้งหมด” Unwin กล่าว และมีค่าใช้จ่ายเกือบเป็นศูนย์และใช้เวลาเกือบเป็นศูนย์ในการปรับใช้และบำรุงรักษา” นอกจากนี้เรายังสามารถเปลี่ยนเป้าหมายและกระบวนการขายได้เกือบจะในทันที”

เพิ่มประสิทธิภาพของการออกแบบเว็บไซต์

นับตั้งแต่ใช้ Google Analytics มา Discount Tire สามารถติดตามแคมเปญได้โดยละเอียดจนถึงผลตอบแทนจากการลงทุนของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดทีเดียว นอกจากนี้ทีมงานยังสามารถวัดรูปแบบการซื้อของลูกค้าแต่ละรายโดยใช้คุณลักษณะการแปลงและการแสดงข้อมูลบนไซต์ และ Google Analytics ยังให้ข้อมูลที่นำมาใช้ได้จริงเกี่ยวกับการใช้งานเว็บไซต์ Bolland และ Unwin ติดตามจุดเข้าใช้ 10 จุดไปยังหน้าเว็บใดๆ ก็ได้ และติดตามว่าลูกค้าไปจากจุดเหล่านี้เพื่อไปที่ใด เพื่อช่วยเพิ่มความคล่องตัวในการโต้ตอบของลูกค้าในเว็บไซต์

ในเดือนกรกฎาคม 2005 Discount Tire ได้เริ่มขายยางและล้อแบบออนไลน์ Google Analytics กลายเป็นจุดสำคัญที่ทำให้เจ้าหน้าที่ด้านการตลาดสามารถติดตามและวัดผลโครงการริเริ่มใหม่ ตัวอย่างเช่น Google Analytics ช่วยให้ทีมงานสามารถวัดประสิทธิภาพของการออกแบบเว็บไซต์ในการดึงดูดการแปลงเป็นยอดขาย Google Analytics ช่วยชี้ให้ทราบถึงข้อความที่ประสบความสำเร็จสูงสุดสำหรับปุ่มเช็คเอาต์ ข้อความ “ซื้อและสั่งจอง” ทำให้ยอดขายลดลงอย่างมาก แต่หากเปลี่ยนเป็น “สำรวจและสั่งจอง” กลับทำให้ยอดขายออนไลน์เพิ่มขึ้นถึง 14 เปอร์เซ็นต์ในสัปดาห์เดียว

ทีมการตลาดยังพบว่าผู้เข้าชมจะละทิ้งตะกร้าสินค้าถ้าไม่มีสินค้าในสต็อกสำหรับร้านค้าใกล้บ้าน การเพิ่มข้อความรับประกันแก่ลูกค้าว่า Discount Tire จะจัดหาสินค้ามาให้ ทำให้อัตราการล้มเลิกสำหรับสินค้าที่หมดสต็อกลดลง และยอดขายเพิ่มขึ้นถึง 36 เปอร์เซ็นต์

Bolland กล่าวว่า รายงานกระบวนการขายใน Google Analytics มีความสำคัญต่อความสำเร็จของเรามาก เราทำงานหนักเพื่อปรับปรุงประสบการณ์ในการใช้งานของผู้ใช้ Google Analytics ช่วยให้เราเข้าใจว่าเราต้องทราบโดยเร็วว่าขั้นตอนใดในกระบวนการขายที่ไม่สมบูรณ์ เพื่อให้เราสามารถแก้ไขได้ทันที”

เพิ่มประสิทธิภาพของงานด้านการตลาดและลดต้นทุนลง

นอกจากนี้ทีมการตลาดยังใช้หน้าจอสรุปรประสิทธิภาพหลักใน Google Analytics เพื่อให้ทีมผู้บริหารของบริษัททราบถึงความคืบหน้าและผลลัพธ์การขายที่ได้รับจากการดำเนินการทางการตลาดแต่ละครั้ง เนื่องจากประสิทธิภาพและผลลัพธ์ที่วัดได้ ทำให้ Discount Tire สามารถใช้ทรัพยากรไปกับการตลาดออนไลน์ได้มากขึ้น

การตลาดออนไลน์ได้กลายเป็นส่วนสำคัญในยุทธศาสตร์ทางการตลาดของ Discount Tire” Unwin กล่าว การโฆษณาผ่านการค้นหา” โดยเฉพาะ Adwords คือหลักสำคัญของแนวทางและส่วนที่เราต้องการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง”

“ข้อมูลใหม่ทุกส่วนที่เราได้รับจาก Google Analytics ทำให้เรามีแนวคิดใหม่ๆ อีกนับ 10 เพื่อช่วยให้ลูกค้าของเราพบสิ่งที่ต้องการทางออนไลน์”

Travis Unwin
กรรมการผู้จัดการ

Matt Greene ประธานบริษัท Blue Ribbon กล่าวว่า จากมุมมองของยุทธศาสตร์ Blue Ribbon ได้มุ่งเน้นที่การทำความเข้าใจกับคุณค่ามหาศาลที่จะได้จากการตลาดออนไลน์ (นอกเหนือจากประโยชน์ของการติดตามผลและผลลัพธ์เชิงบวกที่ได้จากการค้นหา) เพื่อให้สามารถเปลี่ยนรูปแบบของการใช้จ่ายเพื่อโฆษณาออฟไลน์มาเป็นการตลาดออนไลน์ เห็นได้ชัดว่าเครื่องมือของ Google Analytics ช่วยให้เราสามารถเรียนรู้และเป็นเครื่องพิสูจน์แนวคิดนี้ได้เป็นอย่างดี”

ข้อมูลที่น่ามาใช้งานได้จริงเพื่อการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

ในปี 2006 บริษัทวางแผนที่จะเพิ่มการเน้นเป้าหมายท้องถิ่น จากข้อมูลที่ได้รับจาก Google Analytics การโฆษณาในท้องถิ่นนั้นถูกกว่า และ Discount Tire สามารถตอบสนองได้อย่างรวดเร็วด้วยการปรับปรุงสารที่ส่งถึงลูกค้า กำหนดเป้าหมายพื้นที่ด้วยโฆษณาตามเทศกาล หรือเปลี่ยนคำหลักที่ค้นหาเพื่อเพิ่มปริมาณการเข้าใช้และผลลัพธ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การกำหนดเป้าหมายท้องถิ่น ให้ผลดีกับยอดขายของ Discount Tire อย่างมากทั้งที่เว็บไซต์และร้านค้า ตามที่ Unwin กล่าว การตลาดในการค้นหาท้องถิ่นนั้นมีประสิทธิภาพในการสร้างธุรกรรมออนไลน์สูงกว่าแคมเปญทั่วประเทศถึงสามเท่า จึงเป็นสิ่งที่สมเหตุสมผลสำหรับบริษัทที่ทำธุรกิจจากร้านค้าเป็นหลัก ไม่ใช่ผ่านการส่งสินค้าถึงลูกค้าโดยตรง

แผนเพิ่มเติมประกอบด้วย การเปลี่ยนตรรกะในการตัดสินใจซื้อทางเว็บไซต์ เพื่อให้มีการขายเชิงให้คำปรึกษามากขึ้น และใช้การตลาดออนไลน์เพื่อเสริมตราสินค้า Discount Tire จากข้อมูลที่ได้รับจาก Google Analytics นั้น Discount Tire สามารถดำเนินการตัดสินใจทางธุรกิจได้กว้างยิ่งขึ้นด้วยการหาแนวโน้มและสร้างความแข็งแกร่งให้กับยุทธศาสตร์การตลาดของตน

ข้อมูลใหม่ทุกส่วนที่เราได้รับจาก Google Analytics ทำให้เรามีแนวคิดใหม่ๆ อีกนับ 10 เพื่อช่วยให้ลูกค้าของเราพบสิ่งที่ต้องการทางออนไลน์” Bolland กล่าว “Google Analytics ช่วยให้เราสามารถจัดอันดับความสำคัญของสิ่งที่จะทดลองก่อน และจากนั้นติดตามการวัดความสำเร็จ เพื่อให้มั่นใจว่าสมมติฐานของเราถูกต้อง Google Analytics คือกุญแจสำคัญในการปรับปรุงเว็บไซต์และประสบการณ์ของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง”

เกี่ยวกับ Blue Ribbon Consulting

Blue Ribbon ก่อตั้งขึ้นในเดือนมกราคม 2002 ทำงานร่วมกับผู้ขายปลีก ผู้ผลิต และบริษัทผู้ให้บริการชั้นนำ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาและใช้ประโยชน์จากยุทธศาสตร์การหาลูกค้าใหม่ ในนามของบริษัทลูกค้า Blue Ribbon ให้บริการวางแผนด้านสื่อและการซื้อที่ครบครัน และมีประสบการณ์ในด้านการตลาดของการค้นหาเป็นอย่างมาก นอกเหนือจากช่องทางการแสดงผลที่สำคัญอื่นๆ เช่น จอแสดงผล สมุดหน้าเหลืองทางอินเทอร์เน็ต การเปรียบเทียบ การซื้อปิ้ง สื่อในท้องถิ่นและช่องทางใหม่ๆ เช่น พอดคาสต์และฟีดข้อมูล RSS

