

RE/MAX เปิดตัวยุทธศาสตร์ทางอินเทอร์เน็ตใหม่ด้วย Google Analytics



"เรายังสามารถเก็บข้อมูลโอกาสทางการขาย และส่งต่อให้กับตัวแทนของเราโดยตรง และติดตามและวัดผลอัตราการแปลงจากโอกาสเป็นการขาย ซึ่งช่วยเพิ่มคุณค่าสำหรับตัวแทนและผู้บริโภคของเรา"

Kristi Graning
รองประธานอาวุโสด้านไอทีและ
e-Business



เกี่ยวกับ GOOGLE ANALYTICS

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

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

เครือข่ายแฟรนไชส์ RE/MAX คือระบบอสังหาริมทรัพย์ที่ดำเนินงานใน 62 ประเทศ โดยมีสำนักงานที่เป็นเจ้าของโดยเอกเทศถึง 5,800 แห่ง และมีพันธมิตรผู้ขาย 114,000 ราย ซึ่งเป็นผู้นำอุตสาหกรรมในการให้บริการอสังหาริมทรัพย์สำหรับที่พักอาศัย พื้นที่เพื่อการค้า การแนะนำ การเปลี่ยนสถานที่ และการจัดการสินทรัพย์

RE/MAX ก่อตั้งขึ้นในปี 1973 เป็นสภาพแวดล้อมการทำงานของเจ้าของกิจการที่ดึงดูดตัวแทนชั้นยอดด้วยการให้ผลตอบแทนสูงสุด ให้บริการสนับสนุนชั้นสูง และมีอิสระอย่างเต็มที่ ตัวแทนต้องการ นับจากที่ก่อตั้งเป็นต้นมา บริษัทได้ให้บริการที่เป็นนวัตกรรมเพื่อช่วยเหลือสมาชิก รวมถึงการเคลื่อนย้ายและการจัดการสินทรัพย์ การลงทุนเพื่อการพาณิชย์ และเครือข่ายการแนะนำระหว่างประเทศ หลักสูตรฝึกอบรมขั้นสูง เครื่องมือทางเทคโนโลยีสมัยใหม่ เว็บไซต์อินเทอร์เน็ตและเอ็กซ์ทราเน็ต และแคมเปญโฆษณาทางโทรทัศน์ทั่วประเทศ

RE/MAX เป็นเครือข่ายอสังหาริมทรัพย์รายแรกและรายเดียวที่พัฒนาและดำเนินกิจการเครือข่ายโทรทัศน์ดาวเทียมที่มีให้กับมืออาชีพด้านอสังหาริมทรัพย์โดยเฉพาะ ซึ่งมีให้บริการที่สำนักงานทั้งหมดของบริษัทและในบ้านของตัวแทนแต่ละราย และด้วยนวัตกรรมและความทุ่มเทอย่างไม่หยุดยั้งในการสนับสนุนเครือข่าย ทำให้ RE/MAX มีการเติบโตในทุกเดือนมาตลอด 32 ปี

ความท้าทาย

ตลาดอสังหาริมทรัพย์ได้ย้ายไปสู่ระบบออนไลน์มากขึ้นทุกที การศึกษาในปี 2004 โดย National Association of Realtors บ่งชี้ว่า 74 เปอร์เซ็นต์ของผู้บริโภคเริ่มต้นกระบวนการซื้อบ้านทางออนไลน์ และ 75 เปอร์เซ็นต์คาดหวังให้ตัวแทนของตนมีความรู้ด้านอินเทอร์เน็ต ซึ่งจากข้อมูลของนักวิเคราะห์ในอุตสาหกรรม Borrell Associates พบว่าผู้บริโภคใช้เวลาไปกับตลาดออนไลน์มากกว่าหนึ่งในสามของเวลาในสื่อทั้งหมด ทำให้ผู้โฆษณาสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ยากขึ้น หากใช้สื่อแบบเดิมเช่น โทรทัศน์และสิ่งพิมพ์เพียงอย่างเดียว

" ด้วย Google Analytics ทำให้เรามีการวิเคราะห์ที่เป็นจริงมากขึ้น แทนที่จะเป็นหลักฐานที่เลื่อนลอย นอกจากนี้ Google Analytics ยังให้มุมมองในระดับนานาชาติ ขณะนี้เราสามารถทำความเข้าใจได้ง่ายขึ้นว่าทำไมผู้ใช้จึงมาที่เว็บไซต์ของเรา สามารถให้เหตุผลสำหรับการเปลี่ยนแปลงเว็บไซต์ได้ด้วยข้อมูลจริง และมีการเปลี่ยนแปลงที่ช่วยเหลือผู้บริโภคได้จริง"

ในการเปลี่ยนมาสู่ระบบออนไลน์นี้ RE/MAX ได้ประกาศยุทธศาสตร์ทางอินเทอร์เน็ตที่ก้าวหน้าในเดือนสิงหาคม 2005 หัวใจของยุทธศาสตร์นี้ก็คือการที่ผู้บริโภคสามารถดูรายการสินทรัพย์ทั้งหมดได้ใน www.remax.com ไม่ว่าจะเป็นการขายของ RE/MAX หรือไม่ ความสามารถใหม่นี้มีให้เพื่อให้ตัวแทนของ RE/MAX สามารถควบคุมรายการสินทรัพย์และสร้างโอกาสทางการขายได้ดีขึ้น ในฐานะส่วนหนึ่งของยุทธศาสตร์ออนไลน์นี้ RE/MAX ได้หันมาใช้ Google Analytics เพื่อการรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์ออนไลน์

สิ่งที่เป็นศักยภาพสำคัญที่เราพบใน " Google Analytics ก็คือความสามารถในการวัดความสำเร็จในการนำโอกาสทางการขายไปสู่ตัวแทน และโอกาสในการจัดการจ่ายค่าบริการสำหรับโอกาสทางการขาย"

Jeanna Bash
นักวิเคราะห์เว็บของ RE/MAX

"เป้าหมายของเราก็คือช่วยให้ผู้ใช้สามารถค้นหาบ้านและเลือกตัวแทนได้" Kristi Graning รองประธานอาวุโสด้านไอทีและ e-Business กล่าว "ในอดีต เรามุ่งเน้นที่จำนวนผู้เข้าชมที่เข้าสู่เว็บไซต์ของเราเป็นหลัก แต่ในขณะนี้ ผู้บริโภคมีการเข้าสู่ระบบออนไลน์อย่างรวดเร็ว เราต้องการทราบเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคเพื่อให้สามารถให้บริการได้ดียิ่งขึ้น ตัวอย่างเช่น: ทำไมผู้ใช้จึงเข้าสู่เว็บไซต์ของเรา พวกเขามาจากไหน และทำอะไรเมื่อเข้าสู่เว็บไซต์ของเรา

ความเข้าใจที่เราได้จาก Google Analytics สำหรับพฤติกรรมของผู้บริโภคไม่เพียงเป็นเครื่องยืนยันถึงผลของโครงการออนไลน์จำนวนมากของ RE/MAX แต่ยังนำไปสู่โอกาสใหม่ๆ อีกด้วย ก่อนที่จะใช้ Google Analytics บริษัทพึ่งพากลุ่มตัวอย่างเพื่อวัดพฤติกรรมและความสนใจของผู้บริโภค แต่กลุ่มตัวอย่างนั้นต้องอาศัยเวลา และมีข้อจำกัดในเรื่องขอบเขตและภูมิภาค และยังขาดข้อมูลในโลกแห่งความเป็นจริงอีกด้วย

"ด้วย Google Analytics ทำให้เรามีการวิเคราะห์ที่เป็นจริงมากขึ้น แทนที่จะเป็นหลักฐานที่เลื่อนลอย นอกจากนี้ Google Analytics ยังให้มุมมองในระดับนานาชาติ" Constance Slippy ผู้จัดการอาวุโสด้านบริการทางเว็บกล่าว "ขณะนี้เราสามารถทำความเข้าใจได้ง่ายขึ้นว่าทำไมผู้ใช้จึงมาที่เว็บไซต์ของเรา สามารถให้เหตุผลสำหรับการเปลี่ยนแปลงเว็บไซต์ได้ด้วยข้อมูลจริง และมีการเปลี่ยนแปลงที่ช่วยเหลือผู้บริโภคได้จริง"

ผลลัพธ์

เว็บไซต์ RE/MAX มีการเข้าชมกว่า 2 ล้านครั้งต่อเดือน ด้วย Google Analytics ทำให้ Kristi Graning และทีมงานสามารถระบุว่าผู้เข้าชมกว่า 90 เปอร์เซ็นต์ที่มาจากเครื่องมือค้นหา ใช้คำค้นหาที่มีคำว่า " remax" รวมอยู่ด้วย และประมาณ 70 ของผู้เข้าชมได้ค้นหาสินทรัพย์ในเว็บไซต์

การออกแบบเว็บไซต์เพื่อเพิ่มโอกาสให้แก่ตัวแทน

"เราทราบดีว่าการตลาดและแคมเปญตราสินค้าทางโทรทัศน์ของเราได้ผล เนื่องจากผู้คนต่างคุ้นเคยกับชื่อของเรา แต่เราต้องการทราบเกี่ยวกับความพยายามด้านการตลาดอื่นๆ ที่เราอาจพลาด ซึ่งอาจดึงดูดปริมาณการเข้าชมได้มากขึ้นอีก" Graning กล่าว "ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดก็คือการที่เราสามารถขยายคำหลักที่ใช้เพื่อช่วยให้ผู้ค้นหาพบและมีความสนใจใน remax.com"

นอกจากนี้ Google Analytics ยังช่วยยืนยันถึงความสำคัญของการย้ายความสามารถในการค้นหาสินทรัพย์ไปยังหน้าแรก ในอดีต RE/MAX ส่งว่าที่ลูกค้าเหล่านี้ไปยังเว็บไซต์อื่น สำหรับโครงการริเริ่มทางอินเทอร์เน็ตใหม่นี้ บริษัทจะให้บริการค้นหาสินทรัพย์ของตนเอง และติดตามโอกาสทางการขายเหล่านี้โดยตัวแทน

"สิ่งที่เป็นศักยภาพสำคัญที่เราพบใน Google Analytics ก็คือความสามารถในการวัดความสำเร็จในการนำโอกาสทางการขายไปสู่ตัวแทน และโอกาสในการจัดการจ่ายค่าบริการสำหรับโอกาสทางการขาย" Jeanna Bash นักวิเคราะห์เว็บของ RE/MAX ตั้งข้อสังเกต "ในอดีต เราไม่สามารถติดตามโอกาสทางการขายที่มาหาตัวแทนของเราจาก remax.com เนื่องจากเราส่งการค้นหาเหล่านี้ไปยัง Realtor.com แต่ขณะนี้ นอกเหนือจากการให้ผู้ใช้บริโภคค้นหาในรายชื่อทั้งหมดแล้ว เรายังสามารถเก็บข้อมูลโอกาสทางการขาย และส่งต่อไปยังตัวแทนของเราโดยตรง และติดตามและวัดผลอัตราการแปลงจากโอกาสเป็นการขาย ซึ่งช่วยเพิ่มคุณค่าสำหรับตัวแทนและผู้บริโภคของเรา"

การทดสอบเพื่อปรับปรุงอย่างไม่หยุดยั้ง

นอกเหนือจากการช่วยเหลือด้วยยุทธศาสตร์และทิศทางใหม่สำหรับอินเทอร์เน็ตแล้ว Google Analytics ยังช่วยนำทางสำหรับการปรับปรุงการออกแบบและฟังก์ชันการทำงานในระดับย่อยของเว็บไซต์อีกด้วย ตัวอย่างเช่น เว็บไซต์ RE/MAX มีลิงก์ไปยังพันธมิตรที่ให้บริการเสริม เช่น การจำนองและการขนย้าย ตลอดจนส่วนข้อมูลที่ให้เคล็ดลับและคำแนะนำ การทดสอบการเปลี่ยนแปลงคำอธิบายเนื้อหาและการจัดวางลิงก์ ทำให้ทีมเว็บสามารถทดสอบและติดตามการปรับปรุงในส่วนของการคลิกและการแนะนำได้

“ เราพบจุดที่น่าสนใจ
จำนวนมากที่ก่อนหน้านี้
เราไม่ทราบ” การแสดง
ภาพว่าปริมาณการเข้าชม
นี้มาจากไหน ทำให้
โอกาสดังกล่าวปรากฏแก่
เรา”

Constance Slippy
ผู้จัดการอาวุโสด้านบริการทางเว็บ

Google Analytics ยังให้แนวทางสำหรับเทคโนโลยีที่เหมาะสมในเว็บไซต์ การติดตามประเภทของเทคโนโลยีที่ผู้เข้าชมใช้ เช่น แพลตฟอร์มคอมพิวเตอร์และความเร็วของอินเทอร์เน็ต จะช่วยให้แนวทางแก่ RE/MAX ในการเพิ่มฟังก์ชันการทำงานใหม่ๆ เช่น โฟล์มัลดีมีเดียที่ช่วยให้ว่าที่ลูกค้าสามารถชมอสังหาริมทรัพย์ได้จากคอมพิวเตอร์ของตนเอง

ข้อมูลสำหรับค้นหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ

Google Analytics ช่วยหาโอกาสทางธุรกิจกับองค์กรสำหรับธุรกิจแฟรนไชส์ของ RE/MAX อีกด้วย "การที่เราทราบว่าผู้เข้าชมมาจากไหน ทำให้เราสามารถทราบถึงสถานที่ต่างๆ ในโลกที่เราควรแสวงหาโอกาสสำหรับแฟรนไชส์" Slippy กล่าว "เราพบจุดที่น่าสนใจจำนวนมากที่ก่อนหน้านี้เราไม่ทราบ การแสดงภาพว่าปริมาณการเข้าชมนี้มาจากไหน ทำให้โอกาสดังกล่าวปรากฏแก่เรา"

