



Discount Tire는 Google Analytics를 사용한 지 첫 주만에 온라인 매출을 14% 신장시켰습니다.

“Google Analytics는 지금까지 사용해 본 다른 웹 분석제품보다 구현이 훨씬 용이합니다. 비용도 거의 들지 않고 구현 및 유지보수에 소요되는 시간도 거의 없으며 목표와 퍼널은 즉시 변경할 수 있습니다.”

Travis Unwin
전무이사



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

Discount Tire는 소매점이나 인터넷 구매 시 타이어 및 휠에 대한 다양한 옵션을 제공하고 가격도 저렴합니다. 40년간의 영업활동을 통해 Discount Tire는 600개 상점에서 타이어와 휠만을 전문으로 판매하는 미국 내 가장 큰 민영 타이어 도매업체가 되었습니다.

소매상점 외에 인터넷도 Discount Tire의 성공적인 판매 채널로 부상하고 있습니다. 온라인 쇼핑객은 대화형 휠 시스템(Interactive Wheel System)을 통해 가상으로 휠을 사용해보고 특정 차량에서 휠이 어떻게 보이는지 확인합니다. 또한 온라인으로 배송비 없이 타이어 또는 휠을 주문하거나 타이어를 구매하고 지역상점에 설치를 예약함으로써 돈과 시간을 절약할 수 있습니다. 인터넷과 소매상점을 통틀어 18개 주의 영업을 통해 2조원의 매출을 기록하고 있습니다.

접근방법

구매자를 웹사이트 직판으로 유도하고 더 많은 구매자를 지역상점으로 이끄는 것이 Discount Tire의 1차 목표입니다. Google AdWords™ 검색기반 광고 캠페인은 이 목표를 달성하는 데 필수적입니다. 지역 및 시즌별 광고 메시지로 지역고객을 정확하게 타겟팅하는 기능 때문에 AdWords가 특히 효과적이며 하나의 캠페인도 빠짐없이 분석합니다.

성과를 중요시하는 기업인 Discount Tire는 통계수치에 초점을 맞추었습니다. Discount Tire는 통계 분석가를 정규직원으로 고용하고 웹 분석도구를 사용하여 AdWords를 포함한 모든 인터넷 기반 마케팅 활동의 효과를 분석합니다. “로그파일 분석부터 쿠키 추적 및 픽셀 태그 추가에 이르기까지 모든 수단을 동원하여 웹사이트 및 인터넷 광고의 효과를 측정했습니다. 하지만 유감스럽게도 모든 방법에 큰 단점이 있었습니다”라고 Discount Tire의 온라인 마케팅 대행사인 Blue Ribbon Consulting의 전무이사 Travis Unwin은 말했습니다.

“Google Analytics의 퍼널 리포트가 성공의 열쇠입니다. 우리는 사용자 환경을 개선하기 위해 지속적으로 노력하고 있습니다. Google Analytics는 온라인 판매 프로세스가 중단되는 단계를 신속하게 파악하는 데 필요한 정보를 제공하기 때문에 즉시 문제를 해결할 수 있습니다.”

특히 로그 분석기 등의 분석도구는 제대로 동작하기 위해 많은 사용자 정의가 필요했기 때문에 Discount Tire의 많은 IT 리소스를 투입해야 했습니다. 또한 Discount Tire가 시도한 모든 작업의 결과는 제각각이거나 신뢰할 수 없었습니다. “우리는 신뢰할 수 있을 만큼 정확한 분석과 보고를 원했지만 지금까지 사용한 많은 도구를 위해 각 웹페이지를 수정해야 했습니다”라고 Discount Tire의 e-Business 담당자 Mike Bolland는 말했습니다. 실망스러운 결과 때문에 Discount Tire는 다른 대안을 모색하던 중 Google Analytics를 사용하기로 결정했습니다.

“검색기반 광고, 특히 Adwords는 우리의 접근 방법과 지속적으로 성장할 것으로 예상되는 분야의 구심점입니다.”

Travis Unwin
전무이사

결과 - 빠른 시작, 저렴한 유지보수

Unwin과 Bolland에 따르면 Google Analytics는 구현하기가 쉽고 사용자 정의가 거의 필요하지 않으며 기업이 당장 필요로 하는 심층적인 통계수치를 제공한다고 합니다. 웹사이트에 트래픽을 유도하는 1차적인 수단은 키워드 중심의 검색기반 광고입니다. Google Analytics는 정확한 결과측정을 위해 AdWords 캠페인과 쉽게 통합하는 기능뿐 아니라 버튼 클릭으로 키워드 대상 URL에 태그를 추가하는 기능도 제공합니다. Discount Tire 팀은 웹사이트에 다른 태그를 추가하지 않고도 Google Analytics에서 손쉽게 전환 퍼널과 목표를 설정했습니다. 이는 IT 리소스를 집중 투입하지 않으면서 트래픽을 동적으로 유도하는 회사의 사이트를 유지보수하는 데 매우 유용합니다.

Google Analytics는 지금까지 사용해 본 다른 웹 분석제품보다 구현이 훨씬 용이합니다”라고 Unwin은 말하며 다음과 같이 덧붙입니다. “비용도 거의 들지 않고 구현 및 유지보수에 소요되는 시간도 거의 없으며 목표와 퍼널은 즉시 변경할 수 있습니다.”

사이트 디자인 능률화

Discount Tire는 Google Analytics를 구현한 후로, 특정 제품의 투자수익 등 아주 상세한 항목까지 마케팅 캠페인을 추적할 수 있게 되었습니다. 또한 팀은 퍼널 전환 및 사이트 중첩기능을 사용하여 각 고객의 구매 패턴을 파악할 수 있습니다. Google Analytics는 사이트 탐색에 대한 실질적인 정보도 제공합니다. Bolland와 Unwin은 사이트에서의 고객 상호작용을 단순화할 수 있도록 임의의 웹페이지에서 상위 10개 액세스 지점을 추적하고 고객이 이 지점에서 이동하는 위치를 추적합니다.

Discount Tire는 2005년 7월부터 타이어와 휠의 온라인 판매를 시작했습니다. Google Analytics는 마케팅 직원이 새로운 계획의 결과를 추적하고 평가하는 데 있어 필수적이었습니다. 예를 들어, Google Analytics는 팀이 판매 전환을 촉진하는 데 있어 사이트 디자인의 효과를 측정하는 데 도움이 되었습니다. Google Analytics는 확인 버튼에 사용할 가장 효과적인 어휘를 발견했습니다. “구매 및 예약”은 큰 폭의 판매 감소를 가져왔지만 “확인 및 예약”은 한 주만에 온라인 판매를 14% 신장시키는 결과를 가져왔습니다.

또한 마케팅팀은 사용자들이 지역상점에 원하는 품목의 재고가 없을 때 장보기를 중단한다는 사실을 발견했습니다. Discount Tire가 해당 품목을 찾아 재고를 확보하겠다는 표현을 추가하자 재고 부족 품목에 대한 포기율이 급감했고 판매가 36% 증가했습니다.

Bolland는 “Google Analytics의 퍼널 리포트가 성공의 열쇠입니다”라고 말하며 다음과 같이 덧붙였습니다. “우리는 사용자 환경을 개선하기 위해 지속적으로 노력하고 있습니다. Google Analytics는 온라인 판매 프로세스가 중단되는 단계를 신속하게 파악하는 데 필요한 정보를 제공하기 때문에 즉시 문제를 해결할 수 있습니다.”

저렴한 비용으로 마케팅 효과 증대

마케팅팀은 Google Analytics의 주요 실적 요약 화면을 사용하여 온라인 마케팅 활동의 진행상황과 판매실적을 지속적으로 기업 임원에게 알립니다. Discount Tire는 Google Analytics의 효율성과 무시할 수 없는 영향력 덕분에 보다 많은 리소스를 온라인 마케팅에 투입하고 있습니다.

온라인 마케팅은 Discount Tire 마케팅 전략에서 날로 그 비중이 증가하고 있습니다”라고 Unwin은 말하며 “검색기반 광고, 특히 Adwords는 우리의 접근방법과 지속적으로 성장할 것으로 예상되는 분야의 구심점입니다”라고 덧붙였습니다.

“우리가 Google Analytics에서 얻는 정보 하나하나에서 고객이 온라인에서 원하는 것을 찾는 데 도움이 될 만한 새로운 아이디어가 10개씩 탄생합니다.”

Travis Unwin
전무이사

Blue Ribbon의 사장 Matt Greene은 다음과 같이 말했습니다. “Blue Ribbon은 전략적인 관점에서 고객과의 협력을 통해 온라인 마케팅 고유의 무한한 가치(추적이 가능하다는 확실한 장점과 검색을 통해 창출되는 긍정적인 결과 포함)를 보다 잘 이해하는 데 초점을 맞춰 오프라인 광고 지출을 점차 온라인 마케팅쪽으로 전환시켰습니다. Google Analytics 도구 집합을 통해 이러한 교육과정을 활성화하고 POC(Proof-Of-Concept, 개념에 대한 검증)를 제공할 수 있습니다.”

지속적인 개선에 필요한 실질적인 데이터

2006년 Discount Tire는 Google Analytics로 얻은 정보를 기반으로 지역 타겟팅에 보다 역점을 두기로 했습니다. 지역광고는 비용이 저렴하고 Discount Tire가 고객에게 맞게 메시지를 수정하거나 시즌별 광고로 지역을 타겟팅하거나 AdWords의 검색 키워드 또는 입찰 전략을 변경하는 방식으로 신속하게 대응하여 트래픽과 결과를 높일 수 있습니다. 특히 지역 타겟팅은 웹사이트와 상점 모두 Discount Tire의 매출에 엄청난 효과를 가져왔습니다. Unwin에 의하면 지역검색 마케팅은 온라인 거래를 창출하는 데 있어 그 효과가 자사의 전국 캠페인보다 3배나 되며 이는 대부분의 영업이 고객 직배송이 아니라 상점에서 이루어지는 업체에 특히 효과적이라 할 수 있습니다.

그 외 다른 계획으로는 웹사이트의 구매 결정 로직을 변경하여 상담을 통한 판매를 촉진하는 것과 온라인 마케팅을 이용하여 Discount Tire 브랜드를 강화하는 것 등이 있습니다. Discount Tire는 Google Analytics의 정보를 기반으로 동향을 파악하고 지속적으로 마케팅 전략을 수립하고 강화함으로써 보다 광범위한 비즈니스 결정을 내릴 수 있습니다.

우리가 Google Analytics에서 얻는 정보 하나하나에서 고객이 온라인에서 원하는 것을 찾는 데 도움이 될 만한 새로운 아이디어가 10개씩 탄생합니다라고 Bolland는 말했습니다. “Google Analytics를 사용하면 작업의 우선순위를 설정한 다음 각 변경작업에 따른 성공 통계수치를 추적하여 가정이 옳았다는 것을 확인할 수 있습니다. Google Analytics는 사이트와 고객환경을 지속적으로 개선하는 데 없어서는 안 될 제품입니다.”

Blue Ribbon Consulting 정보

2002년 1월에 설립된 Blue Ribbon은 고객을 대신하여 새로운 소비자 확보 전략을 개발하고 활용하는 데 역점을 두고 해당 업계의 유명한 소매업체, 제조업체 및 서비스 공급자와 협력을 맺고 사업을 추진하고 있습니다. Blue Ribbon은 완벽한 온라인 미디어 기획 및 구매 서비스 패키지를 공급하고 검색 마케팅뿐만 아니라 디스플레이, 인터넷 전화번호부, 쇼핑 비교, 지역 미디어 같은 핵심 미디어 채널과 포드캐스팅(Podcasting) 및 RSS 피드 같은 새로운 채널에 대한 심도있는 전문기술을 보유하고 있습니다.

