



## A Discount Tire aumentou as vendas on-line em 14% na primeira semana usando o Google Analytics.

“O Google Analytics é muito mais fácil de implementar do que outros produtos de análise da web que já testamos. O custo é praticamente zero e não é demorado de implementar e manter - e as metas e os funis podem ser alterados instantaneamente.”

Travis Unwin  
Diretor executivo



### 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](http://www.google.com/analytics).

### Negócios

A Discount Tire oferece às pessoas uma ampla variedade e preços baixos de pneus e rodas, seja em suas lojas reais ou virtuais. Fundada há 40 anos, a Discount Tire é a maior loja independente de pneus no país, com 600 lojas dedicadas à venda de pneus e rodas.

Além das lojas de varejo, a Internet está se tornando um dos mais bem-sucedidos canais de vendas da Discount Tire. Os compradores on-line podem testar rodas virtualmente, ver a aparência das rodas em veículos específicos com um sistema de rodas interativo. O cliente também poupa tempo e dinheiro solicitando os pneus ou as rodas sem pagar pelo frete, ou comprar pneus e agendar a visita para a instalação na loja local, tudo pela Internet. As lojas reais e virtuais geram um total de R\$5 bilhões em vendas com operações em 18 estados.

### Abordagem

Direcionar compradores qualificados ao site para vendas diretas e ganhar mais clientes nas lojas locais são as principais metas da Discount Tire. As campanhas de publicidade baseadas em pesquisa do Google AdWords™ são importantes para atingir esses objetivos. O AdWords é especialmente eficaz devido à sua capacidade de segmentar com precisão os clientes locais com mensagens regionais ou sazonais, mas todas as campanhas são analisadas.

Como uma empresa baseada em resultados, a Discount Tire está centrada nas métricas. A empresa possui um analista de métricas em tempo integral e usa ferramentas de análise da web para medir a eficácia de todo o marketing na Internet, incluindo o AdWords. “Já tentamos tudo, desde a análise de arquivos de log até o acompanhamento de cookies e codificação de pixels para medir a eficácia de nosso site e da publicidade na Internet. Infelizmente, todas as soluções tinham grandes deficiências”, diz Travis Unwin, diretor executivo da Blue Ribbon Consulting, agência de marketing on-line da Discount Tire.

“Os relatórios de funil no Google Analytics são essenciais para nosso sucesso. Trabalhamos constantemente para melhorar a experiência do usuário. O Google Analytics nos dá a visão necessária para ver com rapidez qual etapa no processo de vendas on-line está causando problemas, para que possamos corrigi-la imediatamente.”

Sistemas de análise de log e outras ferramentas de análise exigem muita personalização para funcionar bem, desgastando os recursos de TI da Discount Tire. Além disso, nada que a Discount Tire tentava fazer gerava resultados conclusivos e confiáveis. “Queríamos um recurso de análise e relatórios sofisticado com o qual pudéssemos contar, mas vimos que as ferramentas usadas exigiam muitas modificações para cada página da web”, diz Mike Bolland, supervisor de e-business da Discount Tire. Com base nesses resultados decepcionantes, a Discount Tire procurou uma alternativa e decidiu testar o Google Analytics.

---

A publicidade baseada em pesquisa, especialmente o AdWords, é o diferencial de nossa abordagem e a área que continuamente esperamos crescer.”

Travis Unwin  
Diretor executivo

---

## Resultados - Início rápido, manutenção barata

De acordo com Unwin e Bolland, o Google Analytics foi muito fácil de implementar, quase não exigiu personalizações e forneceu as métricas detalhadas das quais a empresa precisava urgentemente. O principal meio de direcionar o tráfego ao site é a publicidade baseada em pesquisas, orientada por palavras-chave. O Google Analytics proporcionou uma fácil integração com as campanhas do AdWords para gerar medições de resultados precisas, assim como a capacidade de codificar URLs de destino de palavras-chave com apenas um clique. A equipe da Discount Tire configurou facilmente os funis e as metas de conversão no Google Analytics, em vez de adicionar diferentes tags às páginas do site. É uma grande vantagem em termos de manutenção do site dinâmico da empresa e não requer recursos adicionais de TI.

O Google Analytics é muito mais fácil de implementar do que outros produtos de análise da web que já testamos, diz Unwin. “O custo é praticamente zero, é rápido de implementar e manter e as metas e os funis podem ser alterados instantaneamente.”

## Design de site otimizado

Desde a implementação do Google Analytics, a Discount Tire pode acompanhar as campanhas de marketing detalhadamente, até o retorno do investimento de produtos específicos. A equipe também pode medir os padrões de compra de cada cliente usando os recursos de conversão de funil e cobertura do site. O Google Analytics também fornece informações úteis sobre a navegação no site. Bolland e Unwin acompanham os 10 principais pontos de acesso a qualquer página e seguem para onde os clientes vão depois desses pontos, para ajudar a otimizar a interação do cliente no site.

Em julho de 2005, a Discount Tire começou a vender pneus e rodas pela Internet. O Google Analytics foi essencial ao permitir que a equipe de marketing acompanhasse e medisse os resultados da nova iniciativa. Por exemplo, o Google Analytics ajudou a equipe a medir a eficácia do design do site em termos do aumento das conversões de vendas. O Google Analytics identificou qual texto funcionava melhor no botão de pagamento. A frase “Compre e faça uma reserva” causou uma grande queda nas vendas, mas “pagar e fazer uma reserva” resultou em um aumento nas vendas on-line de 14% em uma só semana.

A equipe de marketing também descobriu que as pessoas abandonavam seus carrinhos de compras se os itens não estivessem no estoque da loja local. Ao informar aos clientes de que a Discount Tire localizaria e armazenaria cada item em estoque, as taxas de abandono por conta da falta de itens em estoque se estabilizaram e as vendas aumentaram em 36%.

Os relatórios de funis no Google Analytics são essenciais para nosso sucesso, diz Bolland. “Trabalhamos constantemente para melhorar a experiência do usuário. O Google Analytics nos dá os insights que precisamos para ver com rapidez qual etapa no processo de vendas on-line está com problemas para que possamos corrigi-la imediatamente.”

## Marketing mais eficiente e mais econômico

A equipe de marketing também utiliza os principais resumos de desempenho do Google Analytics para manter os executivos da empresa informados a respeito do progresso e dos resultados de vendas obtidos por meio dos esforços de marketing on-line. Devido à sua eficácia e ao impacto mensurável, a Discount Tire está aplicando mais recursos em marketing on-line.

O marketing on-line está se tornando uma parte importante da estratégia de marketing da Discount Tire, disse Unwin. “A publicidade baseada em pesquisa, especialmente o AdWords, é o diferencial de nossa abordagem e a área que sempre procuramos ampliar.”

---

“Cada nova informação que obtemos do Google Analytics nos dá dez novas idéias que podem ajudar nossos clientes a encontrar o que eles precisam no nosso site.”

**Travis Unwin**  
Diretor executivo

---

De acordo com Matt Greene, presidente da Blue Ribbon, “de uma perspectiva estratégica, a Blue Ribbon tem se concentrado a trabalhar com seus clientes para compreender melhor o grande valor inerente no marketing on-line (além dos claros benefícios do acompanhamento e os resultados positivos gerados pela pesquisa) para que eles possam cada vez mais transferir seus dólares de marketing off-line e realocá-los em marketing on-line. Claramente, o conjunto de ferramentas do Google Analytics permite esse processo de educação e mostra a prova.”

#### Dados úteis para o melhoramento contínuo

Em 2006, a empresa planeja direcionar o marketing para o público local, com base nas informações obtidas do Google Analytics. A publicidade local é mais barata e a Discount Tire pode reagir rapidamente sintonizando a mensagem dos anúncios segundo seus clientes, segmentando regiões com anúncios sazonais específicos ou mudando as palavras-chave de pesquisa ou estratégias de lances no AdWords para aumentar o tráfego e os resultados. A segmentação local, especificamente, tem um tremendo impacto positivo nas vendas da Discount Tire, tanto no site quanto nas lojas. De acordo com Unwin, o marketing de pesquisa local é três vezes mais eficiente na geração de transações on-line do que suas campanhas nacionais, o que faz sentido para uma empresa que faz grande parte de seus negócios na própria loja, e não pela remessa direta aos clientes.

Planos futuros incluem a mudança na lógica de decisão da compra no site para facilitar uma venda mais consultável e o uso de marketing on-line para ajudar a fortalecer a marca Discount Tire. Com base nas informações do Google Analytics, a Discount Tire pode tomar decisões comerciais mais amplas descobrindo tendências de mercado e recriando e fortalecendo continuamente suas estratégias de marketing.

Cada nova informação que obtemos do Google Analytics nos dá dez novas idéias que podem ajudar nossos clientes a encontrar o que eles precisam no nosso site, diz Bolland. “O Google Analytics nos ajuda a priorizar nossas idéias e acompanhar métricas que indicam o sucesso de cada alteração para garantir que nossas suposições estão corretas. O Google Analytics é a chave para melhorar continuamente nosso site e a experiência do cliente.”

#### Sobre a Blue Ribbon Consulting

Fundada em janeiro de 2002, a Blue Ribbon trabalha com varejistas, fabricantes e empresas de serviços que dominam suas categorias, e está concentrada principalmente no desenvolvimento e uso de estratégias de aquisição de novos clientes em nome de seus clientes. A Blue Ribbon oferece um conjunto completo de planejamento e serviços de compra de mídia on-line e tem ampla experiência em marketing de pesquisa, além de outros importantes canais de mídia, como exibições, páginas amarelas na Internet, comparação de compras, mídia local e os canais crescentes podcasting e feeds RSS.

