



## A SurePoint Lending e a Agency.com aumentaram a taxa de conversão no site do cliente em 25% com o Google Analytics.

---

# agency.com

---

### 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 First Residential Mortgage Network (FRM) teve início em 1995, e cresce desde então para se tornar um dos líderes nacionais no setor de financiamento de imóveis. A FRM se estabeleceu transformando um processo longo e árduo de pedido de empréstimos em um serviço rápido e talvez até mesmo agradável. Para ampliar o enfoque no cliente e o cronograma de processamento dinâmico a pessoas que buscam empréstimos pela Internet, em 2005, a FRM adentrou o mercado altamente competitivo de empréstimos pela Internet com a subsidiária SurePoint Lending.

Sabendo que tinha que concorrer com outras financiadoras bem estabelecidas no mercado, a FRM contratou a empresa interativa Agency.com para desenvolver um site de primeira linha e criar campanhas de marketing eficazes para ajudar a garantir o sucesso de seu novo empreendimento. Hoje, a FRM figura na impressionante lista de clientes da Agency.com que se beneficiaram do conhecimento em marketing e desenvolvimento de sites da empresa. Outros clientes incluem a 3M, British Airways, BrownCo, Discovery Networks, T-Mobile UK e Visa.

Tivemos que desenvolver uma estratégia abrangente para introduzir uma nova marca no mercado de empréstimos on-line, diz Chris Bowler, cliente parceiro da Agency.com. "Combinamos o melhor em web design com ferramentas de marketing on-line e um sistema de análise de sites abrangente para maximizar os resultados da FRM."

### Abordagem

No mercado de empréstimos on-line, a menor frustração ou incerteza pode fazer com que o cliente pare no meio do caminho. A ampla variedade de opções de empréstimo pela Internet faz que esse mercado seja desafiador em atrair clientes desde o início. Quando os usuários que buscam empréstimos acessam um site, eles devem concluir todo o processo de inscrição on-line. Se esse processo parecer muito demorado ou complexo, ou se as seções de informações financeiras confidenciais forem exibidas muito cedo, os clientes podem abandonar o formulário. O processo de pedido de um empréstimo também pode ser altamente emocional, o que dificulta a identificação dos motivos pelos quais os clientes não chegam ao fim do formulário.

Ciente da realidade e dos desafios de empréstimos on-line, a Agency.com começou a usar o Google Analytics para maximizar a eficácia das campanhas de marketing interativo e ajustar o site do SurePoint Lending para adquirir e manter os clientes no site.

Sabíamos que o Google Analytics seria extremamente importante para a SurePoint Lending, diz Bowler. "Precisávamos ter controle sobre quais palavras-chave e campanhas eram mais eficazes, determinar quais tipos de clientes estavam interessados em empréstimos, assim como acompanhar quais eram as taxas de abandono de cada página. E, obviamente, precisávamos aperfeiçoar continuamente o design do site e o processo de inscrição para aumentar as taxas de conversão."

Ao mesmo tempo, a Agency.com lançou uma grande campanha no Google AdWords, empregando centenas de palavras-chave para aumentar o tráfego no site da SurePoint Lending. Com base em experiências anteriores com outros clientes, a Agency.com determinou que a publicidade em mecanismos de pesquisa era mais eficaz para aumentar o tráfego e juntar leads do que a publicidade em banners ou outras iniciativas de marketing on-line.

Juntamente com esses esforços, a Agency.com integrou o Google Analytics com o software interno de acompanhamento de leads da FRM. O sistema totalmente integrado permite que o pessoal de financiamento da SurePoint acompanhe os prospectos e faça a qualificação do cliente por telefone e e-mail. Essa integração completa de acompanhamento com o Google Analytics demorou menos de duas semanas e permitiu à Agency.com acompanhar os clientes desde as respostas iniciais aos anúncios até a finalização dos empréstimos.

### Acompanhamento de ponta-a-ponta

Com a integração ao Google Analytics, a SurePoint tem em mãos todo o ciclo de marketing on-line. “A equipe da SurePoint pode ver onde os empréstimos concluídos foram originados, desde a palavra-chave que o usuário pesquisou para acessar o site”, diz Libby Cooper, diretora de marketing da SurePoint Lending. “Esse nível de detalhe é extremamente importante para configurar as campanhas de publicidade e para atrair os clientes mais desejados.”

### Processo de pedido de empréstimo bem sintonizado

O Google Analytics tem sido importante principalmente para determinar por que os clientes abandonam o processo de pedido de empréstimos on-line. A Agency.com usa o Google Analytics para determinar onde e quando os clientes deixam cada página. Desde o início, a Agency.com conseguiu trazer mais clientes em potencial ao site – mas as taxas de abandono eram muito altas. A agência recorreu aos relatórios de funil do Google Analytics para determinar as taxas de abandono em páginas específicas em certas partes do formulário.

Com base nos dados do Google Analytics, fazemos mudanças no site continuamente, para que o usuário sinta-se à vontade e confie na empresa antes de fornecer dados confidenciais. Compreender o funil e localizar o ponto de abandono é fundamental para o nosso trabalho, diz Bowler.

### Maximizando os esforços de publicidade on-line

O Google Analytics também calcula quais palavras-chave do AdWords proporcionam os melhores resultados, assim como informações sobre o custo por clique no site da SurePoint. A Agency.com absorve essas informações e faz alterações nas campanhas do AdWords e no site da SurePoint para maximizar a eficácia.

Com a ajuda do Google Analytics, a Agency.com comprou a família mais eficaz de palavras-chave de pesquisa e aperfeiçoou o texto dos anúncios baseados em pesquisa e em banners para se concentrar nos conceitos com retorno mais alto. A agência ajustou as páginas de destino segundo a palavra-chave em que os usuários clicavam. A Agency.com também revisou o texto do site inteiro, principalmente as páginas de destino, para comunicar melhor as metas específicas de cada página. Depois dos ajustes, a média da taxa de rejeição nas cinco principais páginas de entrada caiu 17%, e a taxa de conversão das páginas de destino cujas palavras-chave de pesquisa foram estudadas antes de comprar aumentou mais de 25%.

Com base em resultados fenomenais obtidos com o Google Analytics, pretendemos usar o sistema para campanhas futuras, diz Bowler. “Temos muitos clientes cujo marketing e presença on-line vão melhorar muito usando o Google Analytics.”

