



“Podremos captar clientes potenciales, remitirlos directamente a nuestros agentes, realizar un seguimiento y medir nuestro porcentaje de conversión a ventas a fin de incrementar el valor añadido que aportamos a agencias y consumidores”.

**Kristi Graning**  
Vicepresidenta  
sénior de IT y e-Business



#### 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).

## RE/MAX lanza una nueva estrategia de publicidad en Internet mediante Google Analytics.

La franquicia RE/MAX es una cadena de inmobiliarias global que opera en 62 países y cuenta con más de 5.800 agencias de propiedad independiente y 114.000 socios de ventas que lideran el sector como proveedores de servicios inmobiliarios en las áreas comercial y residencial, cambio de ciudad, referencias y gestión de activos.

Fundada en 1973, RE/MAX ofrece un entorno empresarial que atrae a los mejores agentes proporcionando la máxima compensación, servicios avanzados de asistencia y la libertad que los agentes aprecian para prosperar. Desde entonces, la compañía ha seguido proporcionando servicios innovadores para ayudar a sus miembros, como los servicios de cambio de ciudad y la gestión de activos, la inversión comercial, una red de referencias internacional, cursos de formación avanzados, herramientas de tecnología punta, sitios web de extranet e Internet, y campañas publicitarias en la televisión nacional.

RE/MAX es la primera y única franquicia inmobiliaria que cuenta con un canal de televisión vía satélite de creación propia para agentes inmobiliarios, que puede verse en todas las oficinas de la compañía y en el domicilio particular de los comerciales. Gracias a su innovación constante y a su dedicación a los socios, RE/MAX no ha dejado de crecer desde hace más de 32 años.

#### El reto

El mercado inmobiliario tiene cada vez mayor presencia en Internet. Según un estudio realizado en 2004 por la National Association of Realtors, el 74% de consumidores empieza el proceso de compra de vivienda por Internet y el 75% espera que su agente inmobiliario sepa moverse por este medio. De hecho, según la firma de analistas Borrell Associates, actualmente Internet representa más de un tercio del tiempo que los consumidores dedican a los medios de comunicación, de modo que los anunciantes lo tienen más difícil para llegar al público únicamente a través de los canales tradicionales, como la televisión y la prensa escrita.

“Con Google Analytics obtendremos análisis reales en lugar de muestras anecdóticas. Además, el programa ofrece una perspectiva internacional. Ahora podemos comprender mejor por qué los usuarios nos visitan, podremos justificar las modificaciones del sitio web mediante datos reales e introducir cambios útiles para los consumidores”.

A raíz de esta transición hacia la publicidad online, RE/MAX anunció una nueva y ambiciosa estrategia de publicidad en Internet en agosto de 2005. La clave de esta nueva estrategia es la capacidad de los usuarios de consultar todos los anuncios de propiedades inmobiliarias en [www.remax.com](http://www.remax.com), tanto de RE/MAX como de otras compañías. La finalidad de esta nueva prestación consiste en proporcionar a los agentes de RE/MAX un mayor control de la información y de la captación de clientes potenciales. Como parte de la estrategia de publicidad online, RE/MAX utilizó Google Analytics para recopilar los datos que necesitaba para realizar el análisis online.

El objetivo es ayudar a las personas a encontrar una casa y seleccionar a un agente, señala Kristi Graning, vicepresidenta sénior de TI y e-Business. “Antes, nuestro principal objetivo era saber el número de visitantes que pasaban por nuestro sitio web. Pero ahora, los consumidores online aumentan tan rápidamente que queremos conocer su comportamiento para poder atenderles mejor. Por ejemplo: ¿Por qué visitan nuestro sitio web?, ¿de dónde proceden? y ¿qué hacen una vez allí?”

---

“Una de las posibilidades más interesantes que nos brinda Google Analytics es la capacidad de medir nuestro éxito a la hora de derivar clientes potenciales a nuestros agentes, y la oportunidad de eliminar algunas de las tarifas adicionales que los agentes pagaban por la captación de clientes potenciales”.

**Jeanna Bash**  
Analista Web de RE/MAX

---

La información que proporciona Google Analytics sobre el comportamiento de los clientes online no sólo confirma la idoneidad de muchas de las iniciativas de publicidad online de RE/MAX, sino que también genera nuevas oportunidades. Antes de utilizar Google Analytics, la empresa empleaba la técnica de entrevistas en grupo para determinar el comportamiento y los intereses de los consumidores. Sin embargo, este método es lento y limitado en cuanto a alcance y región, y tampoco ofrecía datos reales.

Con Google Analytics obtendremos análisis reales en lugar de muestras anecdóticas. Además, Google Analytics ofrece una perspectiva internacional, destaca Constance Slippy, directora sénior de Servicios Web. “Ahora comprendemos mejor por qué los usuarios nos visitan, podremos justificar las modificaciones del sitio web mediante datos reales e introducir cambios útiles para los consumidores”.

### Resultados

El sitio web de RE/MAX recibe más de 2 millones de visitas mensuales. Gracias a Google Analytics, Kristi Graning y su equipo detectaron que más del 90% de visitantes provenientes de motores de búsqueda utilizaban términos de búsqueda que contenían “remax” en la consulta, y que cerca del 70% de estos usuarios realizaba seguidamente una búsqueda de propiedades inmobiliarias en el sitio web.

### Nuevo diseño del sitio web con el objetivo de maximizar las oportunidades para las agencias

Sabíamos que nuestras campañas publicitarias y nuestras campañas de reconocimiento de marca por televisión habían funcionado, puesto que la gente está muy familiarizada con nuestro nombre, pero ahora debemos buscar otras iniciativas publicitarias que tal vez estemos pasando por alto y que podrían ayudarnos a conseguir un tráfico aún más adecuado, afirma Graning. “Un ejemplo evidente es nuestra capacidad para ampliar las listas de palabras clave que empleamos para ayudar a los usuarios a encontrar y visitar remax.com”.

Google Analytics también nos ha ayudado a percatarnos de la importancia de colocar la capacidad de búsqueda de propiedades inmobiliarias directamente en nuestra página principal. Anteriormente, RE/MAX remitía estos clientes potenciales a otro sitio web. Como parte de la nueva iniciativa de publicidad en Internet, la compañía conservará sus capacidades de búsqueda de propiedades y realizará un seguimiento de estos clientes potenciales para ponerlos en contacto con agentes.

Una de las posibilidades más interesantes que nos brinda Google Analytics es la capacidad de medir nuestro éxito a la hora de derivar clientes potenciales a nuestros agentes, y la oportunidad de eliminar algunas de las tarifas adicionales que los agentes pagaban por la captación de clientes potenciales, apunta la analista Web de RE/MAX, Jeanna Bash. “Antes no podíamos realizar un seguimiento de los clientes potenciales que contactaban con agentes desde remax.com, porque pasábamos estas búsquedas a Realtor.com. Ahora, además de permitir a los usuarios buscar en todo el contenido, podremos captar clientes potenciales, derivarlos directamente a nuestros agentes y realizar un seguimiento y una medición de nuestros clientes potenciales con respecto al porcentaje de conversión de las ventas. a fin de incrementar el valor añadido que aportamos a agencias y consumidores”.

### Pruebas para la mejora continua

Además de resultar de gran ayuda para la nueva estrategia y el enfoque de Internet, Google Analytics también ofrece una orientación para realizar pequeñas mejoras continuas en el diseño y la funcionalidad del sitio. Por ejemplo, el sitio web de RE/MAX incluye vínculos a sitios web de asociados que proporcionan servicios complementarios, como hipotecas o mudanzas, así como apartados informativos con consejos y sugerencias. El equipo responsable del sitio puede hacer pruebas y supervisar los

---

“Ya hemos identificado varios puntos clave que desconocíamos. Al saber la procedencia geográfica del tráfico, podemos identificar las oportunidades de negocio claramente”.

**Constance Slippy**

Director sénior de Servicios Web

---

aumentos de porcentajes de clics y referencias modificando el contenido y la posición de los vínculos.

#### Datos para identificar nuevas oportunidades de negocio

Google Analytics también asesora acerca de la tecnología más adecuada para el sitio web. Un seguimiento del tipo de tecnología que utilizan los usuarios, como las plataformas informáticas y la velocidad de las conexiones a Internet, guiará a RE/MAX a la hora de añadir nuevas funciones, como archivos multimedia que permitan a los posibles compradores probar las propiedades interactivamente desde su equipo informático.

