




---

**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).

---

## SurePoint Lending 和 Agency.com 使用 Google Analytics 後，其客戶網站上的轉換率增加了 25%。

### 企業

First Residential Mortgage Network (FRM) 於 1995 年開始營運，之後便不斷的成長，現已成為美國銀行貸款業界的領導者之一。FRM 將冗長繁複的獲取貸款程序，轉換成快速，甚至是令人愉快的交易經驗，使公司得以建立成長。為了將其目標客戶與積極的處理時間順序，擴展到尋求線上貸款的人，FRM 在 2005 年創立了子公司 SurePoint Lending，投入了競爭激烈的線上貸款市場。

由於 FRM 知道必須與一些已佔一席之地的線上放貸公司競爭，因此它與互動公司 Agency.com 接觸以開發世界級的網站，並提供有效的互動式行銷廣告系列，以確保它的新投資會成功。這麼做之後，FRM 加入了著名的 Agency.com 客戶名冊，這些客戶包括有 3M、British Airways、BrownCo、Discovery Networks、T-Mobile UK 和 Visa，他們都指定這家代理公司的互動行銷和網站開發專業服務。

Agency.com 的客戶夥伴 Chris Bowler 這樣表示：「我們必須包括所有能將新品牌引進線上貸款的基礎，我們以最佳實務所設計出的網站，結合了線上行銷工具和全面性的網站分析功能，讓 FRM 得到最佳的結果。」

### 解決方法

在線上貸款市場中，即使是讓客戶有一丁點兒的失望或不確定，都可能會失去客戶。線上貸款的選擇不但多，且有各式各樣的選擇，因此讓如何在一開始就能吸引到客戶變成相當具有挑戰性。只要尋找貸款的人到達網站，他們必須要完成線上貸款申請。但如果申請的程序太過冗長繁複，或者一下子就要求客戶提供敏感的財務資訊，那麼客戶很可能會放棄申請。申請貸款的過程也可能有高度的情緒化，因此很難指出客戶不完成貸款申請的原因。

由於深知線上貸款的敏感性和挑戰性，Agency.com 開始使用 Google Analytics 將互動式行銷廣告的效益發揮到最大，並調整 SurePoint Lending 網站以得到並保留線上客戶。

Bowler 說道：「我們知道 Google Analytics 對 SurePoint Lending 而言極為重要，我們必須掌握最有效的關鍵字與廣告系列脈動，並判斷哪一類的客戶在申請貸款，以及追蹤每張網頁的放棄比率。當然，我們必須繼續微調網站的設計和申請程序，來增強轉換率。」

同時，Agency.com 投入資金在內容豐富的 Google AdWords 廣告系列，使用數百個關鍵字讓流量吸引到 SurePoint Lending 網站上。根據其他客戶的過去使用經驗，Agency.com 判定搜尋式廣告比橫幅式廣告或其他線上行銷方式，在吸引流量和得到潛在商機上更有效益。

除了這些之外，Agency.com 也將 Google Analytics 與 FRM 的內部潛在商機追蹤軟體整合在一起。完全整合的系統讓 SurePoint 的貸款經紀人達成了公司的展望，並讓公司透過電話和電子郵件就可維持經紀人的品質。將追蹤軟體與 Google Analytics 完全整合在一起的時間只花了不到兩個星期時間，在整合之後，從客戶一開始對廣告的回應，到最後完成貸款，Agency.com 都能追蹤到客戶的各種行為。

### 端對端的追蹤結果

透過與 Google Analytics 整合，SurePoint 得到了線上行銷方式的回饋式 (closed-loop) 檢視。根據 SurePoint Lending 行銷主管 Libby Cooper 的表示：「SurePoint 人員現在可以知道已完成的貸款源自何處，甚至知道客戶是使用什麼關鍵字搜尋而到達網站的。」「這麼詳細的資料對於形成進行中的廣告系列，以及得到最想要的客戶上，具有強大的影響。」

### 微調貸款申請程序

Google Analytics 在判斷客戶為何放棄抵押貸款申請這一方面的功能尤其強大。Agency.com 使用 Google Analytics 來判斷客戶在何處與何時離開網頁。一開始，Agency.com 很成功的讓流量湧向其網站，但放棄率卻十分的高。因此，此代理公司轉而使用 Google Analytics 的程序報告，來判斷在申請程序中特定網頁或某些階段的放棄比率。

「我們根據 Google Analytics 所提供的資料不斷地修改網站，讓客戶在被要求提供敏感的資訊時，會感到更加自在，並建立起信任感。能瞭解程序以指出放棄的原因，對我們而言是不可或缺的。」Bowler 說道。

### 發揮線上廣告最大效益

Google Analytics 也利用 AdWords 關鍵字提供最佳結果，並提供 SurePoint 網站上的每次點擊成本資訊。Agency.com 吸收了這些資訊，並在 AdWords 廣告系列和 SurePoint 網站上做了些更動，讓其發揮最大的效益。

有了 Google Analytics 的協助，Agency.com 將搜尋關鍵字購買集中在最有效的關鍵字系列，並微調在搜尋式和橫幅式廣告中的關鍵字複本為著重於最密集回訪的概念上。代理公司會根據使用者點擊的關鍵字來調整到達網頁。Agency.com 也修訂整個網站上的複本 (主要是針對到達網頁)，讓每個網頁的特定目標能有最佳溝通。在調整之後，前 5 個最常進入網頁的平均退回率已降低了百分之 17，而著重搜尋關鍵字購買的到達網頁其轉換率增加了百分之 25 以上。

Bowler 說道：「根據我們使用 Google Analytics 所得到的極佳效果，未來的廣告系列我們都將使用他們的系統，我們有許多的客戶透過使用 Google Analytics 來微調他們的線上刊登與行銷方式，都獲得實質上的助益。」

