

BuildDirect 使用 Google Analytics 後銷售量增加了 50%。



「我們的線上銷售量足足成長了 50%，其間沒有人拿起電話推銷過。這都要歸功於 BuildDirect 在網站設計及市場測試上的不斷努力，以及 Google Analytics 所提供的可採用資訊。」

Dan Brodie
營運部經理



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.

企業

BuildDirect 直接從製造商購買產品，然後銷售給世界各國的消費者。該公司成立於 1999 年，總部在加拿大溫哥華，它很快地就成為世界上領先的線上商品批發商，以及建築產品的專業零售商。BuildDirect 的業務範圍遍佈在六個大陸的 40 個國家，其代表型的產品有地板材料、屋頂材料、牆板、露天平台材料及廚房的工作檯面。其訂單包含運輸到港口或內陸集散站的貨櫃數量，以及運輸到北美任何郵政編碼或郵遞區號地址的托盤數量。在 2004 年 Profit 雜誌將 BuildDirect 評等為全加拿大成長第二快的公司。

由於 BuildDirect 完全是虛擬的組織，它擁有許多傳統商行不能比擬的優勢，例如較高的交易量和較少的營銷成本。該公司將其成就歸功於通曉線上行銷和廣告的使用。

挑戰

雖然該公司成長速度飛快，但也因此對管理上有迫切的需求，以期改善線上花費的成效，特別是在營運的前幾年，其每季的行銷預算都高達 \$1 百萬美元。

BuildDirect 擁有完善的行銷組合，包含搜尋引擎的廣告、電子報，及線上網站的客戶申請。它的挑戰在於透過追蹤哪些行銷方式奏效，而哪些成效不佳，藉此改善其效能。

在 2004 年 BuildDirect 改用 Google Analytics 來取代原有的分析套裝軟體。在經過數月後，營運部的經理 Dan Brodie 指稱他們的電子郵件行銷管道並未如預期帶來成效。而在第三層的搜尋引擎花費上，也未獲得足夠的價值，因為流量的轉換不佳。

「在我們開始使用 Google Analytics 的跨區段效能分析工具來檢驗我們的客戶統計後，才可以設計出符合消費者需求的特殊廣告內容。」

結果

Brodie 說道：「網站分析對於任何線上公司來說都很重要，且它們是大量改善我們營運成效的關鍵。」透過使用 Google Analytics，他能看到哪些廣告具有成效，以及電子報及網站設計在提升銷售量上的效益。「我們的線上銷售量足足成長了 50%，其間沒有人拿起電話推銷過。這都要歸功於 BuildDirect 在網站設計及市場測試上的不斷努力，以及 Google Analytics 所提供的可採用資訊。」

Brodie 說道：「透過 Google Analytics，我們瞭解有許多我們的搜尋引擎並不能帶來足夠的目標流量。」他補充道，「更多的訪客量是很好，但是我們必須集中在轉換上，亦即能帶來銷售的流量。」

搜尋廣告上更好的結果

BuildDirect 將廣告花費集中在熱門的搜尋引擎上，立即看到轉換提高了 27%，更甚者，它在全體搜尋行銷的預算上也降低了 33%。該公司自此提高它在高度轉換來源的搜尋廣告上，並繼續維持非常強力的轉換率。測試上的不斷努力，以及 Google Analytics 所提供的可採用資訊。」

Brodie 說道：「網站分析對於任何線上公司來說都很重要，且它們是大量改善我們營運成效的關鍵。」透過使用 Google Analytics，他能看到哪些廣告具有成效，以及電子報及網站設計在提升銷售量上的效益。「我們的線上銷售量足足成長了 50%，其間沒有人拿起電話推銷過。這都要歸功於 BuildDirect 在網站設計及市場測試上的不斷努力，以及 Google Analytics 所提供的可採用資訊。」

更有效益的電子郵件廣告系列

除了改善搜尋上的廣告外，BuildDirect 也能判定可為網站帶來流量的電子郵件廣告系列效益。儘管該公司已經購買「肯定有興趣」的家庭維修潛在客戶的電子郵件清單，且一次寄出 600,000 到 800,000 封的電子郵件，但由於低迷的轉換率其 ROI 仍不高。在使用 Google Analytics 對廣告系列進行監視和追蹤後，BuildDirect 在電子郵件的行銷轉換率上成長了兩倍。Brodie 說道：在我們開始使用 Google Analytics 的跨區段效能分析工具來檢驗我們的客戶統計後，才可以設計出符合消費者需求的特殊廣告內容。」

改善客戶向心力

在使用「Google Analytics 行銷最佳化」報告後，BuildDirect 發現樣本的購買可以大力的提高銷售量。Brodie 說道：「家庭中的消費者在購買樣本後，有百分之 60 的可能性會在 30 天內返回網站，並下訂單。」除了調整對每個客戶區段的訊息外，BuildDirect 使用 Google Analytics 的 A/B 測試功能來達成完美的行銷。「我們在每個電子報使用不同版本的廣告內容進行測試，並使用 Google Analytics 來追蹤結果，因此我們能夠知道這些測試項目的開啟率、點擊率和轉換率。」

簡化的網站設計

最後 BuildDirect 根據 Google Analytics 的報告資料來最佳化其網站設計。「使用 Google Analytics 的網站軌跡圖及已定義的程序報告後，我們發現在購物車到付款確認的三階段程序中，流失了幾乎一半的客戶。」Brodie 說道：「我們後來將此程序改成單一步驟。在簡化成單一網頁後，我們的樣本訂購上增加了百分之 100，且預期這會在幾個月內帶來大量的營收增加。」BuildDirect 將會繼續以網路分析來測試和監視線上行銷計劃。「在使用 Google Analytics 以前，我們基本上只能推測應該如何運用行銷成本。我們現在知道了廣告系列能夠帶來多少效益，以及它們的成效，」Brodie 說道：Google Analytics 在我們的生意上帶來相當正面的影響。」

