

Discount Tire 在使用 Google Analytics 的第一週，線上銷售量即增加了 14%。



「Google Analytics 在執行上比我們試過的其他網站分析產品都要容易。其成本幾乎是零，也幾乎不需要花時間去執行與維護，而其目標和程序卻能立即變更。」

Travis Unwin
管理總監



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

無論是零售商店或是線上購物，Discount Tire 都提供給客戶各式各樣的選擇與低價的輪胎和輪子。營運 40 年，Discount Tire 已經是美國最大的獨立輪胎經銷商，共有 600 家店，而且只賣輪胎和輪子。

網際網路成了 Discount Tire 在零售店之外，最成功的銷售通路之一。線上消費者可以透過「互動式輪胎系統」(Interactive Wheel System) 以虛擬實境的方式試用輪胎，看看輪胎安裝在特定車輛時的整體感覺如何。只要在線上購物，購買輪胎或輪子便不需負擔運費，或是購買輪胎並預約在當地商店安裝，都可讓線上消費者省下時間和金錢。透過在 18 州營運的組合式商店、網際網路商店及零售商店，總共創造了 \$20 億美元的銷售額。

解決方法

Discount Tire 重要的目標包括將合格的消費者吸引到網站進行直接銷售，以及讓更多的消費者進入當地商店。Google AdWords™ 搜尋式廣告系列在達成這些目標方面有著決定性的影響。AdWords 非常的有效，因為它能夠以地區性和季節性留言來精準的鎖定當地客戶，但是沒有一個廣告系列的能力是無所限制的。

Discount Tire 是結果導向的公司，一般人總是將重點放該公司的數據上。該公司有全職的數據分析人員，並使用網頁分析工具來評量其所有網際網路行銷方式的效果，包括了 AdWords。「我們試過各種方法，像是利用記錄檔在追蹤上加入 cookie 程式碼，並以標記像素的方式來測量我們網站與網際網路廣告刊登的效益。但很遺憾的是，它們全都有明顯的缺點。」Discount Tire 的線上行銷代理公司 Blue Ribbon Consulting 其管理總監 Travis Unwin 這樣指出。

「Google Analytics 的程序報告是決定我們成功與否的關鍵。我們不斷地努力改善使用者經驗。Google Analytics 讓我們能夠洞察我們的需求，快速瞭解線上銷售程序中的哪一個步驟有問題，而立即進行修復。」

記錄分析人員和其他的分析工具尤其需要大量的自訂作業，來讓工作更有效率，而這也消耗了 Discount Tire 的 IT 資源。此外，Discount Tire 所進行的每項嘗試都會得到混雜或不可靠的結果。Discount Tire 電子商務部主管 Mike Bolland 說：「我們需要能夠依賴的精確分析與報告工具，但時至今日，我們所試過的工具都需要大量修改每張網頁。」由於這些令人失望的結果，Discount Tire 尋找其他的工具，並決定嘗試使用 Google Analytics。

結果 - 快速上手、維護費低

Unwin 和 Bolland 表示，Google Analytics 執行容易，幾乎不需要自訂，只要公司需要，就能立即提供深入的數據。其將流量吸引到網站的主要方法是關鍵字導向的搜尋式廣告。Google Analytics 能夠很容易地與 AdWords 廣告系列整合，以提供精準的結果估量，而且只要按一下按鈕即可標記關鍵字目的 URL。Discount Tire 團隊能夠很輕鬆地設定 Google Analytics 中的程序和目標，而不需要在網站的網頁上加入其他標記 - 這項優點非常的重要，因為它不需要耗用 IT 資源即可維護公司的動態驅動網站。

「搜尋式廣告，尤其是 Adwords，是我們解決方法的基石，也是我們不斷注意其成長的領域。」

Travis Unwin
管理總監

「Google Analytics 在執行上比我們試過的其他網站分析產品都要容易。」Unwin 說。「其成本幾乎是零，也幾乎不需要花時間去執行與維護，而其目標和程序卻能立即變更。」

簡化的網站設計

由於執行了 Google Analytics, Discount Tire 能夠以細分的詳細資訊來追蹤行銷廣告策略，所提供的資訊可從特定的產品細分到投資報酬率。該團隊也使用程序轉換和網站軌跡圖功能，來評估每個客戶的購買模式。Google Analytics 也提供了網站導覽的可採用資訊。Bolland 和 Unwin 追蹤每個網頁的前 10 名進入點，並跟隨客戶從這些點進入後的導覽軌跡，來協助使用者有效的與網站溝通。

在 2005 年 7 月，Discount Tire 開始銷售輪胎和輪子。Google Analytics 在讓行銷人員能夠追蹤並測量新計劃的結果方面，非常的重要。例如，Google Analytics 可以幫助團隊來測量網站設計對於導向銷售轉換的效益。Google Analytics 能夠指出結帳按鈕是最成功的語言。「購買並預訂」會造成銷售量大幅減少，但是變更為「結帳並預訂」能將單週內的線上銷售量增加到百分之 14。

該行銷團隊也發現了如果商品在訪客的當地商店中沒存貨，訪客會放棄其購物車。因此透過加入 Discount Tire 會調到商品並使商品有存貨等讓客戶安心的語言，因商品缺貨而導致的放棄比率大幅下降，銷售量也增加了 36 個百分比。

Bolland 說：「Google Analytics 的程序報告是決定我們成功與否的關鍵。」「我們不斷地努力改善使用者經驗。Google Analytics 讓我們能夠洞察我們的需求，快速瞭解線上銷售程序中的哪一個步驟有問題，而立即進行修復。」

以更低的成本增加行銷效益

行銷團隊也使用 Google Analytics 的主要效能摘要畫面，讓公司主管能夠得到線上行銷方式所達成的進度和銷售結果等資訊。由於其效果佳且具有不可忽視的影響力，Discount Tire 將更多的資源投入到線上行銷上。

「線上行銷在 Discount Tire 的行銷策略上變得更加的重要，」Unwin 說，「搜尋式廣告，尤其是 Adwords，是我們解決方法的基石，也是我們不斷注意其成長的領域。」

根據 Blue Ribbon 總裁 Matt Greene 指出：「從策略的觀點來看，Blue Ribbon 已將重點放在與客戶合作，以更加瞭解線上行銷本身所具有的龐大價值（除了追蹤所帶的好處以及搜尋所產生的正面結果外），讓客戶能挪用他們更多的離線廣告上經費，將該經費轉為重新分配到線上行銷上。很明顯的，Google Analytics 的工具組不但能教育客戶這種概念，也能證明此概念是有用的。」

持續改善的可採用資料

該公司於 2006 年根據 Google Analytics 所提供的資訊，而計劃將更多的重心放在當地配置上。當地配置較為便宜，Discount Tire 可以透過微調給客戶的訊息、以特定的季節性廣告來配置地區，或者，透過變更 AdWord 上的搜尋關鍵字或競標策略來增加流量與結果等方式，快速地回應。實際上，當地配置對於 Discount Tire 在網站和商店的銷售量上，有非常正面的影響。根據 Unwin 的表示，當地搜尋行銷方式在產生線上交易上的效果，是其全國性廣告系列的三倍，這是合理的，因為公司大部分的業務是在商店內進行的，而不是透過直接出貨給客戶。

其他計劃包括變更網站上的購買決策邏輯，而有助於提供更具諮詢性的銷售行為，此外還包括使用線上行銷來加強 Discount Tire 品牌。Discount Tire 根據 Google Analytics 所提供的資訊來找出趨勢，並持續的塑造及強化其行銷策略，進而做出更豐富的決策。

「我們從 Google Analytics 得到的每個新資訊都能激發出 10 個新創意，來幫助我們的客戶找到他們的線上需求。」

Travis Unwin
管理總監

Bolland 說：「我們從 Google Analytics 得到的每個新資訊都能激發出 10 個新創意，來幫助我們的客戶找到他們的線上需求。」 「Google Analytics 幫助我們安排哪些要首先嘗試的優先順序，然後追蹤每個變更的成功數據，以確定我們的假設是正確的。Google Analytics 對於持續改善我們的網站和客戶經驗而言，非常的重要。」

關於 Blue Ribbon Consulting

Blue Ribbon 於 2002 年 1 月成立，與各領域首屈一指的零售商、製造商和服務公司合作，其核心工作著重在代替客戶開發新的客戶獲取策略並加以運用。Blue Ribbon 提供完整配套的線上媒體計劃和購買服務，並擁有深入瞭解 Search Marketing 的專業人士，除此之外還提供其他重要的媒體管道，如 Display、Internet Yellow Pages、Shopping Comparison、Local Media 和一些新興媒體，如 Podcasting 和 RSS 資訊提供。

