

RE/MAX 使用 Google Analytics 推出新的網際網路策略。



「我們將能夠擷取潛在客戶，將他們直接交給我們的經紀人，並追蹤與評估潛在客戶和銷售的轉換率。這樣有助於提升我們對於經紀人和消費者的價值。」

Kristi Graning
科技與電子商務資深副總裁



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.

RE/MAX 經銷網路是全球房地產體系，營運範圍遍及 62 個國家，擁有逾 5,800 個自營辦事處，以及 114,000 個會員銷售夥伴，在住宅區、商業區、仲介、搬家及資產管理等房地產資訊方面領先業界。

RE/MAX 成立於 1973 年，該公司提供優渥的津貼，先進的支援服務，以及經紀人所需要的自由，以吸引最好的經紀人。在成立之後，該公司不斷為其會員提供創新的服務，包括搬家與資產管理、廣告投資、國際化的仲介網路、進階訓練課程、最先進的科技工具、網際網路與連外網站，以及全國電視廣告系列活動。

RE/MAX 是第一個（也是目前唯一）為房地產專業人士開發及維護衛星電視網路的房地產網路，讓每個經紀人均可在辦公室或家中觀看此衛星電視網路。就是因為持續不斷的創新和對會員的貢獻，連續 32 年來，RE/MAX 每個月都有成長。

挑戰

房地產市場已漸漸走向網路化。全國房地產經濟人聯盟 (National Association of Realtors) 於 2004 年所做的一項研究指出，有 74 個百分比的消費者開始透過網路進行購屋計劃，而有 75 個百分比的消費者期望他們的經紀人會上網。事實上，根據產業分析公司 Borrell Associates 指出，現在消費者花在媒體上的時間有三分之一以上是花在網路上，因此使得廣告客戶更難只透過電視和平面等傳統媒體來觸及消費者。

「使用 Google Analytics 後，我們會有更實際的分析，而不只是推薦見證。而且，Google Analytics 給了我們國際化的視野。現在我們可以更瞭解人們進入我們網站的原因，能運用真實的資料來變更網站，並做出真正能夠幫助消費者的改變。」

在這樣的網路使用改變後，RE/MAX 於 2005 年 8 月宣布了一項新的網際網路策略。這項新策略的重心就是要讓消費者能夠在 www.remax.com 上檢視所有 RE/MAX 或非 RE/MAX 的房產清單。這項新功能的用意在於讓 RE/MAX 經紀人更能掌握房產清單和潛在客戶。在執行這項線上策略期間，RE/MAX 改用 Google Analytics 來幫助他們收集線上分析資料。

科技與電子商務資深副總裁 Kristi Graning 說：「這樣做的目的是為了協助人們找到房子及挑選經紀人。在過去，我們主要的重點放在有多少訪客造訪過我們的網站。不過現在消費者紛紛開始使用網路，因此我們想要更加瞭解他們的行為，以便提供更好的服務。例如：人們為什麼進入我們的網站？訪客來自哪裡？訪客進入網站後執行了哪些動作？」

Google Analytics 能清楚洞察線上消費者的行為，這不僅加強了 RE/MAX 的多項線上措施，也帶來了新的機會。在使用 Google Analytics 之前，該公司主要仰賴研究小組來判斷消費者的行為和興趣。不過，研究小組不但耗時，所能觸及的範疇和地區也有限。此外，他們也缺乏實際資料。

「就我們而言，Google Analytics 最大的潛力在於它能夠評估我們為經紀人帶來了多少潛在客戶，同時也減少了經紀人為潛在客戶所支付的部分額外費用。」

Jeanna Bash
RE/MAX 網頁分析人員

「我們已經注意到數個之前忽略掉的熱門地點。將流量來源透過地理區域視覺化後，這些機會就出現在我們的眼前了。」

Constance Slippy
網頁服務資深經理

網頁服務部資深經理 Constance Slippy 說：「使用 Google Analytics 後，我們會有更實際的分析，而不只是推薦見證。而且，Google Analytics 給了我們國際化的視野。現在我們可以更瞭解人們進入我們網站的原因，能運用真實的資料來變更網站，並做出真正能夠幫助消費者的改變。」

結果

RE/MAX 網站每月造訪人次超過 2 百萬。使用 Google Analytics 後，Kristi Graning 和小組成員得以瞭解在來自搜尋引擎的訪客當中，有 90% 在查詢時使用的搜尋字詞中加入了“remax”，而其中大約有 70% 的訪客會接著搜尋網站中的房產。

新的網站設計為經紀人創造最大的機會

Graning 說：「我們已經知道我們的行銷策略和電視品牌廣告系列是有效的，因為人們非常熟悉我們的品牌名稱，但是現在我們需要檢視其他能夠帶來更有效益的流量，而我們卻忽略掉的行銷方式。其中一個顯而易見的例子就是我們能夠擴充關鍵字，幫助搜尋者找到並使用 remax.com。」

Google Analytics 也讓我們更加確定將房產搜尋功能移至首頁上的重要性。在過去，RE/MAX 會將這些問題交給另一個網站。而在 RE/MAX 公司的網際網路新計劃中，將會保留自己房產的搜尋功能，並讓經紀人能夠追蹤這些潛在客戶。

「就我們而言，Google Analytics 最大的潛力在於它能夠評估我們為經紀人帶來了多少潛在客戶，同時也減少了經紀人為潛在客戶所支付的部分額外費用。」RE/MAX 網頁分析人員 Jeanna Bash 提出這樣的觀察結果。「過去我們無法追蹤 remax.com 為經紀人帶來的潛在客戶，因為這些搜尋都是透過 Realtor.com 進行的。現在，除了能讓客戶搜尋所有的產品清單，我們也能夠擷取潛在客戶，將他們直接交給我們的經紀人，並追蹤與評估潛在客戶和銷售的轉換率。這樣有助於提升我們對於經紀人和消費者的價值。」

不斷測試以尋求改善

除了對於新的網際網路策略和方向助益良多外，Google Analytics 也有助於讓我們進行網站設計和功能方面的小規模改善。例如，在 RE/MAX 網站上即可連結至提供配套服務（如抵押和搬家）的夥伴，並增加提供提示和建議的資訊區段。藉由測試內容說明和連結排名的變化，網頁小組得以測試和追蹤點擊率與推薦連結的改善程度。

發現新商機的資料

Google Analytics 也將為網站提供適當的技術指導。當 RE/MAX 增加新功能（例如允許潛在買家透過電腦進行互動式房產導覽的多媒體檔案）時，追蹤訪客所使用的科技類型（如電腦平台和網際網路連線速度）可以讓 RE/MAX 有更清楚的方向。

