



„S nástrojem Google Analytics jsme dosáhli skvělých výsledků, takže jej budeme využívat i v dalších kampaních.“

Chris Bowler
partner klientů u Agency.com

agency.com

O GOOGLE ANALYTICS

Nástroj společnosti Google pro analýzu webových stránek umožňuje inzerentům a účastníkům zefektivnit marketingové kampaně a webové stránky. Inzerenti mohou zvýšit návratnost svých investic optimalizací online reklamních kampaní, sledováním zdrojů doporučení, vylepšováním vzhledu a obsahu webu a identifikací preferencí návštěvníků. Díky intuitivnímu rozhraní Google Analytics je snadné třdit zákazníky, identifikovat reklamní kampaně, které si vedou nejlépe, a porozumět preferencím uživatelů.

Více informací naleznete na adrese www.google.com/analytics/cs_CZ/.

Firma Agency.com zvýšila míru konverzí firmy SurePoint Lending díky Google Analytics o 25 procent

Obchod

Společnost First Residential Mortgage Network (FRM) byla založena v roce 1995. Od té doby roste a stává se z ní jeden z předních hypotečních bankovních ústavů. Společnost FRM si získala oblibu tím, že z dlouhého a náročného procesu získání hypotečního úvěru učinila rychlý, téměř až příjemný obchodní zážitek. Aby posílila své zaměření na zákazníka a nabídla agresivní časový rozvrh zpracování lidem, kteří vyhledávají hypoteční úvěry na Internetu, vstoupila FRM se svou dceřinou společností SurePoint Lending v roce 2005 na ostře konkurenční trh online půjček.

Bylo jasné, že bude muset soupeřit se zavedenými úvěrovými společnostmi na Internetu, a proto oslovila interaktivní firmu Agency.com se žádostí o vytvoření prvotřídních webových stránek a realizaci interaktivních reklamních kampaní, které měly pomoci zajistit úspěch tohoto nového záměru. Společnost FRM se tak připojila ke klientům Agency.com, kteří využili zkušenosti této firmy v oblasti interaktivní reklamy a vývoje webových stránek, mezi něž se řadí např. 3M, British Airways, Discovery Networks, T-Mobile a Visa.

„Abychom uvedli na trh online úvěrů novou značku, nesměli jsme nechat nic náhodě,“ říká Chris Bowler, partner klientů u Agency.com. „Abychom pro FRM dosáhli co nejlepších výsledků, spojili jsme nejlepší postupy návrhu webových stránek s nástroji pro online marketing a komplexní analýzu webových stránek.“

Přístup

Na trhu online úvěrů dokáže zákazníky zastrašit i sebemenší znepokojení nebo nejistota. Přitáhnout zákazníky hned od počátku znamená díky pestré nabídce online úvěrů velkou výzvu. Jakmile se zájemci o hypotéku dostanou na webové stránky, musí na nich vyplnit žádost o úvěr. Pokud se jim tento proces zdá příliš zdoluhavý nebo složitý, případně pokud jsou od nich příliš brzy vyžadovány citlivé finanční údaje, mohou zákazníci svůj záměr vzdát. Proces žádosti o hypotéku bývá rovněž velmi emotivní, což ztěžuje přesné určení příčin, proč zákazníci žádost o úvěr někdy nevyplní celou.

„Na základě dat z nástroje Google Analytics průběžně upravujeme webové stránky tak, aby se na nich lidé cítili příjemněji a abychom si u nich získali důvěru, ještě předtím, než je požádáme o citlivé údaje. Podstatou našeho úsilí je pochopit cestu konverze a určit, proč ji zákazníci opouští.“

Vzhledem ke složitosti a citlivosti online úvěrů začala firma Agency.com pro maximalizaci účinnosti interaktivních marketingových kampaní a ladění webových stránek SurePoint Lending s cílem získat – a také udržet – online zákazníky používat nástroj Google Analytics.

„Věděli jsme, že pro společnost SurePoint Lending bude nástroj Google Analytics mimořádně důležitý,“ říká Bowler. „Potřebovali jsme zjistit, které kampaně a klíčová slova jsou nejučinnější, jací zákazníci o úvěr žádali, a také sledovat míru opuštění jednotlivých stránek. Abychom zvýšili míru konverzí, snažili jsme se samozřejmě průběžně ladit vzhled stránek a postup vyplňování žádosti.“ Agency.com se pustila do rozsáhlé kampaně Google AdWords, která obsahovala stovky klíčových slov, které měly zvýšit provoz na stránkách SurePoint Lending.

„Máme mnoho klientů, kteří z ladění svých webových stránek a inzerce pomocí Google Analytics získávají značný prospěch.“

David Garofalo
manažer médií a marketingu

Jako základ posloužily zkušenosti s dalšími klienty, které vedly k závěru, že inzerce založená na vyhledávání je, pokud jde o zvýšení provozu a přivedení zákazníků, účinnější než prosté reklamní bannery či jiné typy reklamy.

Kromě toho firma Agency.com integrovala do vlastního podnikového softwaru FRM pro sledování nově přivedených zákazníků nástroj Google Analytics. Plně integrovaný systém umožňuje úvěrovým pracovníkům společnosti SurePoint sledovat potenciální zákazníky a komunikovat s nimi telefonem nebo prostřednictvím e-mailu. Plná integrace s nástrojem Google Analytics trvala méně než dva týdny a umožnila firmě Agency.com sledovat zákazníky od prvotních reakcí na reklamu až po poskytnutí úvěrů.

Výsledky

Průběžné sledování

Díky integraci nástroje Google Analytics má společnost SurePoint k dispozici ucelený pohled na své online reklamní úsilí. „Pracovníci společnosti SurePoint mohou zjistit, kde má poskytnutý úvěr svůj původ, a mohou si i vyhledat, jaké klíčové slovo zákazník hledal, než se dostal na stránky,“ tvrdí Libby Cooper, vedoucí marketingu společnosti SurePoint. „Takováto úroveň podrobnosti je mimořádně silným nástrojem pro přípravu budoucích reklamních kampaní a získání ne žádanějších zákazníků.“

Ladění postupu žádosti o úvěr

Nástroj Google Analytics je velmi účinný zejména tím, že pomáhá určit, proč někteří zákazníci opouští proces vyplňování žádosti o úvěr. Pomocí nástroje Google Analytics firma Agency.com dokáže zjistit, kdy a kde zákazníci její stránky opouštějí. Firmě Agency.com se hned od počátku dařilo zvýšit provoz na webových stránkách, avšak potýkala se s vysokou mírou opouštění stránek. Ve snaze stanovit míry opouštění konkrétních stránek v určitých fázích procesu vyplňování žádosti se proto obrátila na přehledy cest (trychtýře) v nástroji Google Analytics.

„Na základě dat z nástroje Google Analytics průběžně upravujeme webové stránky tak, aby se na nich lidé cítili příjemněji a abychom si u nich získali důvěru, ještě předtím, než je požádáme o citlivé údaje. Podstatou našeho úsilí je pochopit cestu konverze a určit, proč ji zákazníci opouštějí,“ říká Bowler.

Maximalizace účinnosti online inzerce

Nástroj Google Analytics rovněž měří, která klíčová slova AdWords si vedou nejlépe, a poskytuje informace o ceně za proklik na webových stránkách SurePoint. Agency.com tyto informace zpracovává a upravuje kampaně AdWords a webové stránky SurePoint tak, aby maximalizovala účinnost inzerce.

Pomocí nástroje Google Analytics se firma Agency.com zaměřila na nákup těch neúčinnějších klíčových slov vyhledávání a ve snaze maximalizovat návratnost investic pečlivě vyladila reklamní texty v bannerech i kampaních založených na vyhledávání. Společnost také upravila vstupní stránky podle toho, na která klíčová slova uživatelé klikali nejvíce. Agency.com dále zrevidovala reklamní texty na celém webu, zejména pak na vstupních stránkách, aby dokázala lépe tlumočit konkrétní cíle jednotlivých stránek. Po provedení úprav klesl poměr návratů na pěti nejlepších vstupních stránkách o 17 procent a míra konverzí na vstupních stránkách zaměřených na nákupy klíčových slov vyhledávání se zvýšila o více než 25 procent.

„S nástrojem Google Analytics jsme dosáhli skvělých výsledků, takže jej budeme využívat i v dalších kampaních,“ dodává Bowler z Agency.com. „Máme mnoho klientů, kteří z ladění svých webových stránek a inzerce pomocí Google Analytics získávají značný prospěch.“

