

RE/MAX startet neue Internetstrategie mit Google Analytics.



“Wir können nun Anfragen erfassen, sie direkt an unsere Makler weiterleiten und die Conversion-Rate von der Anfrage bis zum Verkaufsabschluss messen. Damit erhöht sich unser Wert für Makler und Verbraucher enorm.”

Kristi Graning
Senior Vice President für IT
und e-Business



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.

Das RE/MAX-Franchisensystem ist ein weltweit operierendes Franchisesystem für Immobilienmakler, vertreten in 62 Ländern mit 5.800 wirtschaftlich selbständigen Büros sowie 114.000 angeschlossenen Vertriebsagenten, das branchenführend bei Wohn- und Gewerbeimmobilien, Vermittlungsgeschäften, Umzugsservices und der Anlagenverwaltung ist.

RE/MAX wurde 1973 gegründet und bietet erfolgreichen Immobilienhändlern eine attraktive Geschäftsumgebung mit hohen Vergütungen und umfangreichen Support-Services bei voller unternehmerischer Unabhängigkeit. Schon immer unterstützt das Unternehmen seine Mitglieder mit innovativen Konzepten und Leistungen wie Umzugsservice und Anlagenverwaltung, gewerblichen Investitionen, einem internationalen Vermittlungsnetzwerk, professionellen Schulungsprogrammen, neuesten technischen Tools, Internet- und Extranet-Websites sowie landesweiten Werbekampagnen im Fernsehen.

RE/MAX hat als erstes - und bisher einziges - Immobiliennetzwerk einen Satelliten-Fernsehkanaal für Immobilienprofis entwickelt und aufgebaut, dessen Sendungen in allen Büros des Unternehmens und bei den einzelnen Maklern zu Hause empfangen werden können. Ständige Innovationsbereitschaft und hohes Engagement für seine Franchisenehmer sind die Gründe dafür, dass RE/MAX Monat für Monat wächst - seit mehr als 32 Jahren.

Aufgabenstellung

Der Immobilienmarkt verlagert sich zunehmend in das Internet. Eine Studie der National Association of Realtors im Jahr 2004 ergab, dass 74 Prozent der Verbraucher den Kauf eines Hauses online vorbereiten und 75 Prozent von ihrem Makler erwarten, über Interneterfahrung zu verfügen. Nach Einschätzung der Branchenanalysten Borrell Associates verweilen Verbraucher bereits mehr als ein Drittel ihrer Zeit für die Nutzung von Medien bei Medien im Internet, wodurch es immer schwieriger wird, die Verbraucher allein über traditionelle Medien wie Fernsehen und Papier zu erreichen.

“Mit Google Analytics erhalten wir realitätsgetreue Analysen statt einzelner Indizien. Außerdem öffnet uns Google Analytics einen internationalen Blickwinkel. Jetzt verstehen wir die Motive für den Besuch unserer Website besser und können gestützt auf reale Daten Änderungen an der Website vornehmen, die dem Verbraucher wirklich nützen.”

Als Ergebnis dieses Trends zum Online-Kauf kündigte RE/MAX im August 2005 die Einführung einer neuen, ambitionierten Internetstrategie an. Kern dieser neuen Strategie ist die Möglichkeit für die Verbraucher, alle Immobilieneinträge auf www.remax.com anzusehen, unabhängig davon, ob sie von RE/MAX stammen oder nicht. Diese neue Funktion soll RE/MAX-Maklern einen besseren Überblick über die Listeneinträge geben und ihre Möglichkeiten zur Gewinnung ausbauen. Im Rahmen dieser neuen Internetstrategie setzt RE/MAX auf Google Analytics zur Erfassung von Daten für die Online-Analyse.

“Eine der größten Stärken von Google Analytics besteht darin, den Erfolg der Vermittlung von Anfragen an Makler messen zu können. Ebenso wichtig ist, dass ein Teil der zusätzlichen Kosten wegfällt, die Makler für die Gewinnung von Anfragen aufwenden mussten.”

Jeanna Bash
RE/MAX Web Analyst

Oberstes Ziel ist es, Interessenten zu helfen, ein Haus zu finden und einen Makler auszuwählen, erläutert Kristi Graning, Senior Vice President IT und E-Business. “Früher wollten wir vor allem wissen, wie viele Personen unsere Website besuchten. Heute jedoch möchten wir angesichts der gestiegenen Online-Nutzung der Verbraucher mehr über ihr Verhalten erfahren, um sie besser beraten zu können. Zum Beispiel: Warum kommen Besucher auf unsere Website? Woher kommen sie? Und was tun sie, wenn sie dort sind?”

Die Erkenntnisse, die Google Analytics über das Online-Verhalten von Verbrauchern liefert, rechtfertigen nicht nur die vielen Online-Initiativen von RE/MAX, sondern ermöglichen auch die Erschließung neuer Marktpotenziale. Vor der Einführung von Google Analytics wendete das Unternehmen zur Ermittlung des Verbraucherverhaltens und ihrer Interessen hauptsächlich die Methode der Fokusgruppen-Diskussion an. Gruppendiskussionen sind jedoch zeitaufwändig und in Anwendbarkeit und Reichweite begrenzt. Zudem sind sie nicht durch Daten aus der Praxis untermauert.

Mit Google Analytics erhalten wir realitätsgetreue Analysen statt einzelner Indizien. Außerdem öffnet uns Google Analytics einen internationalen Blickwinkel, sagt Constance Slippy, Senior Manager of Web Services. “Jetzt verstehen wir die Motive für den Besuch unserer Website besser und können gestützt auf reale Daten Änderungen an der Website vornehmen, die dem Verbraucher wirklich nützen.”

Ergebnisse

Die RE/MAX-Website wird monatlich von mehr als 2 Millionen Nutzern besucht. Durch Google Analytics fanden Kristi Graning und ihr Team heraus, dass über 90 Prozent der Besucher, die über Suchmaschinen zu RE/MAX gelangt waren, bei ihrer Suche Anfragen mit dem Begriff “remax” verwendet hatten. 70 Prozent dieser Besucher führten anschließend auf der Website eine Immobiliensuche durch.

Neues Websitedesign zur Maximierung der Geschäftsmöglichkeiten für Makler

Wir wussten, dass unsere Marketing- und Fernsehkampagnen erfolgreich waren, da unser Name den Leuten ziemlich geläufig ist. Aber nun müssen wir unser Augenmerk auf andere, bisher vernachlässigte Marketingaktivitäten richten, um noch mehr qualifizierte Anfragen zu gewinnen, stellt Graning fest. “Ein nahe liegendes Beispiel ist etwa der Einsatz erweiterter Keywords, die es den Suchenden erleichtern, remax.com zu finden und in Anspruch zu nehmen.”

Google Analytics bestätigte auch, wie wichtig es ist, die Immobiliensuchfunktion direkt auf die Startseite zu legen. In der Vergangenheit reichte RE/MAX solche Interessenten an eine andere Website weiter. Seit Einführung der neuen Internetinitiative unterhält das Unternehmen eine eigene Suchfunktion und vermittelt diese Anfragen an Makler.

Eine der größten Stärken von Google Analytics besteht darin, den Erfolg bei der Vermittlung von Anfragen an die Makler messen zu können. Ebenso wichtig ist, dass ein Teil der zusätzlichen Kosten wegfällt, die Makler für die Gewinnung von Anfragen aufwenden mussten, sagt Jeanna Bash, Web Analyst bei RE/MAX. “Früher waren wir nicht in der Lage, die Anfragen zu verfolgen, die über remax.com an die Makler gelangten, da wir diese Suchvorgänge an Realtor.com weiterleiteten. Jetzt können wir Anfragen erfassen, sie direkt an unsere Makler weiterleiten und die Conversion-Rate von der Anfrage bis zum Verkaufsabschluss messen. Damit erhöht sich unser Wert für Makler und Verbraucher enorm.”

“Wir haben bereits mehrere interessante Regionen ausgemacht, die wir bisher nicht im Blick hatten. Die visuelle Darstellung der geografischen Herkunft der Besucher macht solche Möglichkeiten deutlich.”

Constance Slippy
Senior Manager of Web Services

Tests für kontinuierliche Verbesserungen

Neben dem Beitrag, den es für die Entwicklung der neuen Internetstrategie und -ausrichtung leistet, ist Google Analytics auch bei der Einführung kleinerer, kontinuierlicher Verbesserungen an der Websitegestaltung und den Funktionen von Nutzen. Beispielsweise enthält die RE/MAX-Website Links zu Partnern, die ergänzende Leistungen wie etwa Hypotheken oder Umzüge anbieten, sowie zu Informationsbereichen mit Ratschlägen und Tipps. Anhand vorheriger Tests von Änderungen bei den Content-Beschreibungen oder bei der Platzierung von Links kann das Webteam Verbesserungen bei Klickrate und Verweisen verfolgen.

Daten zur Erschließung neuer Geschäftsmöglichkeiten

Google Analytics liefert auch Hinweise für den Einsatz der richtigen Technologie auf einer Website. Da festgestellt wird, welche Technologien die Besucher verwenden (wie Computerplattform oder Geschwindigkeit der Internetverbindung), kann RE/MAX die richtigen Funktionen hinzufügen, etwa Multimediadateien, mit denen potenzielle Käufer am Computer interaktive Touren durch Immobilienunternehmen können.

