



## SurePoint Lendingin ja Agency.comin asiakassivuston tulomuuntokerroin nousi 25 prosenttia Google Analyticsin ansiosta.

---

**agency.com**

---

### 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](http://www.google.com/analytics).

---

### Talous

Ensimmäinen Residential Mortgage Network (FRM) aloitti toimintansa vuonna 1995, ja yritys on sen jälkeen kasvanut yhdeksi maan kiinnelaina-alan johtajista. FRM käynnistettiin muuttamalla pitkä ja työläs kiinnelainan ottamisprosessi nopeaksi ja suorastaan miellyttäväksi yrityselämän kokemukseksi. FRM astui vuonna 2005 kovan kilpailun online-lainamarkkinoille yhdessä tytäryhtiö SurePoint Lendingin kanssa. Siirto oli seurausta halusta laajentaa asiakaskuntaa ja tehokasta käsittelyai-kaa verkossa lainaa etsiviin ihmisiin.

Koska FRM tiesi kilpailevansa vakiintuneiden online-lainanantajien kanssa, se pyysi interaktiivista Agency.com-sivustoa luomaan maailmanluokan Web-sivuston ja tehokkaan interaktiivisen markkinointikampanjan, joiden avulla varmistetaan uuden hankkeen onnistuminen. Näin toimiessaan FRM liittyi arvokkaaseen asiakasjoukkoon, joka on hyödyntänyt Agency.com-sivuston interaktiivisen markkinoinnin ja Web-sivustojen suunnittelun asiantuntemusta. Muita yrityksen asiakkaita ovat mm. 3M, British Airways, BrownCo, Discovery Networks, T-Mobile UK ja Visa.

“Meidän oli lähdettävä perusasioista tuodessamme uuden tuotemerkin online-lainamarkkinoille”, kertoo Agency.com-sivuston asiakaskumppani Chris Bowler. “Maksimimme FRM:n tulokset yhdistämällä parhaat Web-suunnittelukäytännöt verkkomarkkinointityökaluihin ja kattavaan Web-analyyysiin.”

### Lähestymistapa

Online-lainauksessa pienimmätkin turhautumiset ja epävarmuudet voivat karkottaa ihmiset. Jo asiakkaiden houkuttelemisenkin on vaikeaa, sillä tarjolla on niin monia online-lainavaihtoehtoja. Kun kiinnelainan hakijat tulevat Web-sivustoon, heidän on täytettävä lainahakemus Webissä. Jos hakuprosessi vaikuttaa liian pitkältä tai monimutkaiselta, tai jos arkaluontoisia taloudellisia tietoja pyydetään liian pian, asiakkaat saattavat jättää prosessin kesken. Kiinnelainan hakuprosessiin saattaa liittyä myös syviä tunteita, minkä vuoksi lainanhaun keskeyttämisen syitä on vaikea määrittää.

Agency.com tiesi online-lainatoiminnan herkkyydestä ja haasteista, joten se päätti maksimoida interaktiivisten markkinointikampanjoiden tehokkuuden ja kehittää SurePoint Lending –sivustoa Google Analyticsin avulla saadakseen ja pitääkseen online-asiakkaita.

Tiesimme, että Google Analytics olisi erittäin tärkeä SurePoint Lendingille, sanoo Bowler. “Meidän piti pysyä ajan tasalla siitä, mitkä avainsanat ja kampanjat olivat tehokkaimpia, määrittää, millaiset asiakkaat hakivat lainaa sekä seurata kunkin sivun poistumisnopeuksia. Samalla pyrimme tietysti parantamaan muuntokerrointa kehittämällä sivuston ulkoasua ja hakuprosessia jatkuvasti.”

Agency.com käynnisti samanaikaisesti huomattavan Google AdWords –mainoskampanjan, jossa oli käytössä satoja avainsanoja. Kampanjan tarkoitus oli saada lisää liikennettä SurePoint Lendingin sivustolle. Agency.com totesi aikaisempien asiakaskokemustensa perusteella, että hakupohjainen mainonta auttaa tehokkaammin ajamaan liikennettä ja keräämään kärkipaikkoja kuin bannerimainokset tai muut online-markkinoinnin keinot.

Agency.com on myös integroinut Google Analyticsin FRM:n sisäiseen seurantaohjelmiin. Täysin integroidun järjestelmän ansiosta SurePointin lainavirkailijat pystyvät seuraamaan mahdollisia asiakkaita ja hyväksymään heidät puhelimen tai sähköpostin välityksellä. Täysi integrointi Google Analyticsiin kesti alle kaksi viikkoa ja antoi Agency.com-sivustolle mahdollisuuden seurata asiakkaita ensimmäisistä mainospalautteista otettuihin lainoihin asti.

### Tulostesi seuraaminen päittäin

SurePointilla on Google Analyticsiin integroinnin ansiosta tarkka näkymä online-markkinointitoimista. "SurePointin työntekijät näkevät, mistä lainat on otettu ja jopa sen, minkä avaisanan kautta asiakas tuli sivustolle", kertoo SurePointin markkinointijohtaja Libby Cooper. "Näin tarkat tiedot ovat erittäin hyödyllisiä käynnissä olevien mainoskampanjoiden muokkaamisessa ja halutuimpien asiakkaiden hankkimisessa."

### Lainanhakuprosessin parantaminen

Google Analytics on onnistunut hyvin selvittämään, miksi asiakkaat keskeyttävät asuntolainahakemuksensa. Agency.com käyttää Google Analyticsiä sen määrittämiseen, missä kohtaa ja milloin asiakkaat lähtevät kultakin sivulta. Agency.com on alusta lähtien onnistunut saamaan liikennettä sivustoonsa, mutta poistumisluvut ovat olleet korkeat. Yritys otti käyttöön Google Analyticsin kanavaraportit selvittääkseen tiettyjen sivujen ja hakuprosessin tiettyjen vaiheiden poistumisluvut.

"Muutamme sivustoamme jatkuvasti Google Analyticsistä saatujen tietojen perusteella, jotta saamme ihmiset tuntemaan olonsa mukavammaksi ja luottamaan meihin ennen arkaluontoisten tietojen pyytämistä. Kanavan ymmärtäminen poistumiskohtien määrittämiseksi on meille olennaisen tärkeää", ilmoittaa Bowler.

### Verkkomainonnan maksimointi

Google Analytics arvioi myös, millä AdWords-avainsanoilla saadaan parhaat tulokset sekä antaa tietoja SurePoint-Web-sivuston napsautuskohtaisesta hinnasta. Agency.com tekee näiden tietojen perusteella muutoksia AdWords-kampanjoihin ja SurePoint-sivustoon tehokkuuden maksimoimiseksi.

Agency.com keskitti Google Analyticsin ansiosta avainsanaostot kaikkein tehokkaimpaan avainsanaperheeseen ja sääti hakupohjaiset mainokset ja bannerimainokset keskittymään tehokkaimmin tuottoa tuoviin käsitteisiin. Toimisto määrittäi aloitussivut käyttäjien napsauttaman avainsanan mukaan. Agency.com paransi myös koko sivuston, erityisesti aloitussivujen, tekstiä asettaakseen kullekin sivulle tarkemman tavoitteen. Muutosten jälkeen viiden tärkeimmän aloitussivun keskimääräinen poistumisluku laski 17 prosenttia ja avainsanaostoihin keskittyneiden aloitussivujen tulosmuutokerroin nousi yli 25 prosenttia.

"Aiomme käyttää Google Analytics -järjestelmää tulevaisakin kampanjoissamme, koska olemme saavuttaneet sillä erinomaisia tuloksia", sanoo Bowler. "Lukuisat asiakkaamme hyötyisivät huomattavasti Google Analyticsin avulla tehtävästä Web-sivuston ja markkinoinnin hienosäädöstä."

