

CKE Restaurants, Inc. käyttää brändin kohottamiseen Google Analyticsiä.



“On erittäin tärkeää saada tiedot esiin nopeasti ja saada ne lajiteltua päivämäärähaun, vierailujen, napsautusten ja ajanjaksojen vertailujen mukaan.”

Justin Bain
Markkinointijohtaja, Spacedog



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.

Talous

Nykyisin kaikkialle levinneiden pikapalveluravintoloiden kasvu johtuu usein nuorista yrittäjistä, kuten CKE Restaurants -yrityksen perustajasta Carl N. Karcherista. Hän tunnisti amerikkalaisten liikkuvuudenkaipuun sekä tähän liittyvät tarpeet edullisista ja laadukkaista aterioista. Autokulttuuri ja pikaruokaravintola-ala saivat alkunsa Etelä-Kaliforniassa toisen maailmansodan aikana ja sen jälkeen. Molemmat kasvoivat Yhdysvaltojen laajenevan maantieverkoston kanssa ja niistä tuli osa amerikkalaista elämäntapaa.

Nykyään CKE pyörittää Yhdysvaltojen suosituimpia alueellisia pikaruokabrändejä, kuten Carl's Jr., Hardee's, La Salsa Fresh Mexican Grill, ja Green Burrito. CKE:llä on yli 3200 toimipistettä 44 osavaltiossa ja 13 maassa.

Lähestymistapa

Useimmat pikaruokaravintolat aloittavat tuotemerkin tunnettavuuden lisäämisen Internetin avulla liian myöhään. CKE Restaurantsin kohdalla on kuitenkin toisin. Internet on CKE:n tärkeimpiä välineitä bränditietoisuuden kehittämiseksi. Carl's Jr. ja Hardee's -sivustot ovat vuorovaikuttavia leikkikenttiä CKE:n asiakkaille ja ne tarjoavat online-pelejä, TV-mainoksia, vuorovaikuttavia ruokalistoja, toimipisteen paikannusta ja tietoa ravintolisällöistä. Sivustoissa on myös trailereita ja videoita sekä arvontoja ja lahjoituksia yhteistyökumppaneilta kuten New Line Cinema, Motorola ja Napster.

CKE:n kuhisevin internet-sivu on ensimmäisten kolmen viikon aikana neljä miljoonaa kävijää kerännyt www.spicyparis.com, joka sisältää televisioon liian rankaksi katsotun mainoksen. Siinä Paris Hilton pesee autoa syöden Carl's Jr. -ketjun Spicy Burger -hampurilaista. Sivustossa on myös kullissien takana kuvattua materiaalia Parisista sekä Paris Hilton -parodia, jossa on mukana seksikäs "Eugene", joka todistaa, että oikean henkilön valitseminen rooliin on keskeistä.

“Valtava tietomäärä ei yksin riitä; pitää myös pystyä lajittelemaan tieto selkeästi ja näkemään tulokset. Google Analyticsissä on loistava käyttöliittymä. Pidämme erityisesti maailmanlaajuisesta graafisesta näkymästä, josta näemme kaikki maailman paikat, joista ihmiset vierailevat sivustoissa.”

Tavoittemme on kiinnittää ihmisten huomio CKE:n tuotemerkeihin, sanoo CKE:n interaktiivisen markkinointitoimisto Spacedogin toimitusjohtaja Dustin Callif. “Tavoitteen saavuttamisen tarvitsemme erinäisiä tietoja, kuten CKE:n Web-sivustossa keskimäärin käytetty aika, palaavien kävijöiden määrä ja käyntien laatu.”

Spacedog-sivustolla oli yksilöity Web-analyysityökalu, mutta se ei toiminut odotetusti. “Vanhalla analyysi- ja raportointityökalullamme jopa kunkin sivun perustietojen, kuten käynti- ja näyttökertojen sekä napsautusten näyttämiseen, kului useita minutteja”, selittää Spacedogin markkinointijohtaja Justin Bain. “Raporttien saamiseen kului niin paljon aikaa, että tietoa ei ehditty analysoida.”

“Oletimme peliosaston olevan suosituin alue; Google Analytics vahvisti oletuksemme. Lisäsimme uusia pelejä rikastamaan käyttäjien sivustokokemusta.”

Justin Bain
Markkinointijohtaja, Spacedog

Spacedog otti käyttöön Google Analyticsin, kun yrityksessä todettiin tarve tehokkaalle Web-analysointipalvelulle, jossa on enemmän mahdollisuuksia. Toimisto sai välittömästi tarvitsemansa tiedot, joilla se pystyi tehostamaan CKE:n markkinointikampanjoita ja mainontaa.

Tulokset

Spacedog-tiimin oli helppo aloittaa Google Analyticsin käyttö erityisesti selkeän ja helppokäyttöisen käyttöliittymän ansiosta. “Valtava tietomäärä ei yksin riitä; pitää myös pystyä lajittelemaan tieto selkeästi ja näkemään tulokset”, Bain sanoo. “Google Analyticsissä on loistava käyttöliittymä. Me ja CKE pidämme erityisesti maailmanlaajuisesta näkymästä, josta näkyvät kaikki maailman paikat, joista ihmiset vierailevat sivustoissa.”

Enemmän näkyvyyttä, vähemmän kuluja

Spicy Paris -kampanjan ensimmäisten viikkojen aikana noin 50 000 ihmistä napsautti Spicy Burger -etuseteliä ja yli 60 000 ihmistä napsautti ravintolapaikanninta. Yli 60 000 ihmistä lähetti Spicy Paris -videon eteenpäin ystävilleen. “Tällainen virusmarkkinointi, jossa ihmiset jakavat ja katsovat videoita, ei ole mahdollista televisiossa. Samanlaisen näkyvyyden hankkiminen televisiomainoksella olisi maksanut useita miljoonia enemmän”, Callif toteaa.

Optimoitu Web-sivuston rakenne

Google Analyticsistä saatujen tietojen perusteella Callif ja Bain voivat nopeasti nähdä näyttökertojen, napsautusten ja muiden muuttujien prosenttimuutokset, jotka kertovat kampanjojen menestyksestä. Kullakin sivustolla keskimäärin vietetty aika on eräs tärkeimmistä muuttujista Spacedog-tiimille. Pikapalveluravintolaketjuna CKE: tä ei niinkään kiinnosta napsautussuhde vaan enemmänkin se, miten pitkään ihmiset ovat vuorovaikutuksessa CKE:n brändien kanssa. Google Analyticsin tuottama tieto osoitti tarkasti Hardee’s ja Carl’s Jr. -sivustojen suosituimman alueen: peliosasto, jossa ihmiset pelaavat online-pelejä. “Oletimme peliosaston olevan suosituin alue; Google Analytics vahvisti oletuksemme. Lisäsimme uusia pelejä rikastamaan käyttäjien sivustokokemusta”, Bain sanoo.

Mahdollisuus yksilölliseen markkinointiin

Kun kävijä CKE:n Web-sivustoissa osallistuu arvontoihin tai lahjoitusten jakoon, Spacedog lisää hänen tietonsa tietokantaan. Sitten asiakassuhdemarkkinointi voi alkaa sähköpostitse lähetettävän uutiskirjeen muodossa. CKE tarjoaa sivustoissaan myös etuseiteitä sekä ravintolapaikantimen. Google Analyticsin avulla Callif ja Bain voivat seurata kunkin strategian tehokkuutta. Tämä ei ollut aiemmin mahdollista.

Google Analytics antaa Spacedogille myös mahdollisuuden seurata toistuvien vierailuiden osuutta, joka muodostaa mittarin kuukausittaisen mainonnan tehokkuudelle. Tavoitteena on houkutella ihmiset takaisin ja saada heidät syöttämään tietonsa CKE:n tietokantaan. Syyskuussa 2005 Google Analyticsin tuottamat tiedot osoittivat, että toistuvat vierailut kasvoivat 20 prosenttia ja että 25 prosenttia ihmisistä, jotka osallistuivat arvontoihin tai ilmaisnäytteiden jakoon, suostuivat vastaanottamaan CKE:n uutiskirjeen.

Tietoa nopeammin

Kun miljoonat ihmiset vierailivat spicyparis.com-sivustossa ensimmäisten kolmen viikon aikana, Google Analytics toimi moitteetta. “Kun tietoa tarkasteltiin erityisesti

“Napsautukset tietokantaan liittymiseksi, etusetelien saamiseksi ja ravintolan paikantamiseksi ovat tärkeämpiä kuin muut. Pystymme saamaan kyseisiä tietoja ja hyötymään niistä käyttämällä Google Analyticsiä.”

Justin Bain
Markkinointijohtaja, Spacedog

Spicy Parisin ansiosta ahkerasti, oli erittäin tärkeää saada tieto esiin nopeasti ja saada se lajiteltua päivämäärähaun, vierailujen, napsautusten ja ajanjaksojen vertailujen mukaan,” Bain toteaa. “Olemme saaneet poistettua edellisestä työkalustamme johtuneet pitkät viiveet.”

Perusta tuleville markkinointiponnistuksille

CKE Restaurantsin tietokantojen kasvattamisen lisäksi Google Analyticsin keräämät tiedot mahdollistavat CKE:n sivustojen käyttämisen markkinatutkimuskeskuksina, joista voidaan todeta mitkä ominaisuudet aiheuttavat eniten kuhinaa ja tuottavat eniten etusetelien latauksia. Google Analytics tuottaa lisäksi CKE:lle hiekkalaatikon, jossa he voivat kokeilla muuta kuin perinteistä markkinointia. Internet on edelleen verrattain pieni osuus yhtiön kokonaismarkkinointibudjetista, mutta tuotantokustannukset ja näyttökertakohtainen hinta ovat huomattavasti alhaisemmat kuin TV:ssä.

Pienellä osalla kokonaismediabudjetistamme pystymme olemaan merkittävästi esillä verkossa, sanoo Carl's Jr. ja Hardee's -osastojen varapääjohtaja ja markkinointijohtaja Brad Haley. “Ja seuraavien 4–10 vuoden kuluessa kyseinen tuotanto- ja mediabudjetti siirtyy perinteisestä ei-perinteiseen, kun verkkomarkkinointi ja -mainonta tulevat ensisijaiseksi mediaksemme.”

