



Grazie a Google Analytics, SurePoint Lending ed Agency.com hanno aumentato del 25% il tasso di conversione sul sito dei propri clienti.

---

**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).

---

#### Affari

First Residential Mortgage Network (FRM) ha iniziato la propria attività nel 1995, crescendo da allora fino a diventare uno dei leader nazionali nel settore dei mutui bancari. FRM si è consolidata trasformando il lungo e arduo processo di ottenimento di un mutuo in un'operazione rapida e forse anche piacevole. Per estendere la propria attenzione al cliente e i propri tempi aggressivi di elaborazione alle persone alla ricerca di prestiti online, nel 2005 FRM è entrata nello spietato e competitivo mercato dei prestiti online con la consociata SurePoint Lending.

Sapendo di dover competere con i consolidati prestatori online, FRM si è rivolta all'azienda interattiva Agency.com per sviluppare un sito web di qualità superiore e mettere a punto efficaci campagne di marketing interattivo al fine di garantire il successo della propria nuova impresa. FRM è così entrata a far parte di un elenco di importanti clienti di Agency.com, tra cui 3M, British Airways, BrownCo, Discovery Networks, T-Mobile UK e Visa, che hanno sfruttato l'esperienza nel campo del marketing interattivo e dello sviluppo dei siti web dell'agenzia.

Dovevamo trattare tutti gli aspetti per introdurre un nuovo marchio nel servizio di prestito online, afferma Chris Bowler, partner cliente di Agency.com. "Abbiamo combinato le migliori pratiche in materia di progettazione web con strumenti di marketing online e complete analisi dei dati web per massimizzare i risultati per FRM".

#### Approccio

Nel campo dei prestiti online, anche la minima frustrazione o incertezza può essere dannosa per i clienti. A causa dell'ampia gamma di soluzioni di prestito disponibili online, attirare clienti è un'operazione sempre più impegnativa fin dall'inizio. Quando gli utenti alla ricerca di un mutuo approdano su un sito web, devono compilare domande di prestito online. Se la procedura di richiesta sembra troppo lunga o complessa, oppure se la richiesta di dati finanziari sensibili avviene troppo presto, i clienti possono abbandonare il proprio obiettivo. La procedura di richiesta di un mutuo può essere inoltre altamente influenzata dall'emozione, rendendo così difficile evidenziare i motivi per cui i clienti non portano a termine tali richieste.

Consapevole della delicatezza e della difficoltà tipiche delle attività di prestito online, Agency.com ha iniziato a utilizzare Google Analytics per massimizzare l'efficacia delle campagne di marketing interattivo e perfezionare il sito di SurePoint Lending al fine di acquisire e conservare i clienti online.

Sapevamo che Google Analytics sarebbe stato estremamente importante per SurePoint Lending, afferma Bowler. "Abbiamo bisogno di tenere sotto controllo le parole chiave e le campagne più efficaci e determinare i tipi di clienti che hanno richiesto prestiti, oltre che monitorare i tassi di abbandono per ogni pagina. Inoltre, dovevamo perfezionare continuamente la struttura del sito e le procedure di richiesta al fine di potenziare i tassi di conversione".

Insieme, Agency.com ha intrapreso un'importante campagna AdWords di Google utilizzando centinaia di parole chiave per indirizzare traffico al sito di SurePoint Lending. In base ad esperienze precedenti con altri clienti, Agency.com ha stabilito che la pubblicità basata sulla ricerca è più efficace nell'indirizzare traffico e nell'acquisire contatti rispetto alla pubblicità con banner o ad altri strumenti di marketing online.

Oltre a questo impegno, Agency.com ha integrato Google Analytics con il principale software di monitoraggio interno di FRM. Il sistema perfettamente integrato consente ai funzionari addetti ai prestiti di SurePoint di seguire i potenziali clienti e qualificarli telefonicamente e per email. La completa integrazione di monitoraggio con Google Analytics ha richiesto meno di due settimane e ha permesso ad Agency.com di monitorare i clienti dalla risposta iniziale agli annunci fino al completamento dell'operazione di prestito.

### Monitoraggio end-to-end dei risultati

Integrando Google Analytics, SurePoint ha una visione più completa degli impegni di marketing online. “Lo staff di SurePoint è in grado di conoscere l'origine dei mutui portati a termine, fino a sapere quali parole chiave sono state utilizzate da un cliente per arrivare al sito”, secondo Libby Cooper, Director of Marketing di SurePoint Lending. “Questo livello di dettaglio è estremamente importante per la creazione di continue campagne pubblicitarie e l'acquisizione dei clienti più redditizi”.

### Ottimizzazione delle procedure di richiesta di mutuo

Google Analytics è stato particolarmente efficace per determinare il motivo per cui i clienti non portano a termine le richieste di mutuo ipotecario. Agency.com utilizza Google Analytics per stabilire dove e quando i clienti abbandonano ciascuna pagina. Dall'inizio, Agency.com ha ottenuto un grande successo nell'indirizzare traffico al sito, ma i tassi di abbandono erano elevati. L'agenzia ha utilizzato i rapporti sulle canalizzazioni di Google Analytics per determinare i tassi di abbandono di pagine specifiche o di determinate fasi della procedura di richiesta.

Sulla base dei dati di Google Analytics, modifichiamo continuamente il sito per fare in modo che gli utenti si sentano più a proprio agio e per instaurare un rapporto di fiducia prima di richiedere dati sensibili. Individuare la canalizzazione al fine di evidenziare gli abbandoni è essenziale per noi, afferma Bowler.

### Massimizzazione dell'impegno pubblicitario online

Google Analytics definisce inoltre le parole chiave AdWords che danno i migliori risultati, oltre a fornire informazioni sul costo per clic del sito web SurePoint. Agency.com assorbe queste informazioni e apporta modifiche alle campagne AdWords e al sito SurePoint per massimizzarne l'efficacia.

Con l'aiuto di Google Analytics, Agency.com ha concentrato gli acquisti di parole chiave di ricerca sulla famiglia di parole chiave più efficace e ha perfezionato il testo sia degli annunci basati sulla ricerca che degli annunci banner per concentrare l'attenzione sui concetti che maggiormente determinano un ritorno dei clienti. L'agenzia ha modificato le pagine di destinazione a seconda delle parole chiave sulle quali gli utenti hanno fatto clic. Agency.com ha inoltre rivisto il testo di tutto il sito, principalmente nelle pagine di destinazione, per meglio comunicare obiettivi specifici per ciascuna pagina. Dopo aver effettuato le modifiche, la frequenza media di rimbalzo nelle prime cinque pagine di ingresso è diminuita del 17 per cento e il tasso di conversione delle pagine di destinazione dedicate agli acquisti di parole chiave di ricerca è aumentato di oltre il 25 per cento.

Sulla base degli eccellenti risultati ottenuti con Google Analytics, cercheremo di utilizzare questo sistema per campagne future, afferma Bowler. “Molti dei nostri clienti possono trarre notevole vantaggio dall'ottimizzazione delle proprie presenze online e degli impegni di marketing utilizzando Google Analytics”.

