

## RE/MAX ha avviato una nuova strategia Internet che si avvale di Google Analytics.



“Potremo acquisire contatti, trasferirli direttamente ai nostri agenti, nonché monitorare e misurare il nostro tasso di conversione da contatto a vendita. In questo modo saremo in grado di accrescere il nostro valore per agenti e consumatori”.

**Kristi Graning**

Vicepresidente senior IT - 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](http://www.google.com/analytics).

La rete di franchising di RE/MAX è un sistema di gestione immobiliare globale che opera in 62 Paesi, con 5.800 uffici indipendenti che si avvale di 114.000 responsabili vendite, leader nella fornitura di servizi immobiliari nel settore residenziale e commerciale, nonché di servizi di asset management/relocation e riferimento.

Fondata nel 1973, RE/MAX fornisce un ambiente imprenditoriale che richiama i migliori agenti in quanto offre remunerazioni molto cospicue, servizi di assistenza avanzati e la libertà necessaria per un'attività professionale di successo. Da allora, la società ha continuato a fornire servizi innovativi per aiutare i propri membri, tra cui relocation/asset management, investimenti commerciali, una rete di riferimento internazionale, corsi di formazione avanzati, strumenti tecnologici sofisticati, siti web Internet ed extranet e campagne pubblicitarie televisive a livello nazionale.

RE/MAX è stata la prima (e ancora l'unica) rete di servizi immobiliari a sviluppare e gestire una rete TV satellitare dedicata ai professionisti del settore immobiliare, disponibile in tutti gli uffici della società e nelle abitazioni dei singoli agenti. Come conseguenza dell'innovazione e dell'impegno costanti nell'assistere i propri affiliati, RE/MAX ha registrato una crescita mensile costante per oltre 32 anni.

### Sfida

Il mercato immobiliare si è spostato in misura sempre crescente sul Web. Da uno studio condotto nel 2004 dall'associazione nazionale americana degli agenti immobiliari è emerso che il 74% dei consumatori inizia il processo di acquisto di un'abitazione online, mentre il 75% si aspetta che il proprio agente sia esperto di Internet. Infatti, secondo gli analisti del settore Borrell Associates, attualmente i consumatori dedicano oltre un terzo del proprio tempo utilizzato per i media alle risorse online e ciò rende più difficile per gli inserzionisti raggiungere i consumatori solo tramite i mezzi tradizionali, ad esempio la televisione e la stampa.

“Con Google Analytics, disporremo di analisi più accurate e non di prove aneddotiche. Inoltre, Google Analytics offre una prospettiva internazionale. Ora siamo in grado di capire meglio il motivo per cui gli utenti visitano il nostro sito, giustificare le modifiche al sito con dati reali e apportare modifiche per aiutare gli utenti”.

Come conseguenza di questo passaggio all'uso di Internet, RE/MAX ha annunciato una nuova e ambiziosa strategia online nel mese di agosto 2005. Alla base di questa nuova strategia vi è la possibilità per i consumatori di visualizzare tutti gli elenchi di proprietà disponibili su [www.remax.com](http://www.remax.com), sia che si tratti o meno di elenchi RE/MAX. L'obiettivo di questa operazione è di consentire agli agenti RE/MAX di accrescere il controllo degli elenchi e la generazione di contatti. Come parte della propria strategia online, RE/MAX si è rivolta a Google Analytics per la raccolta di dati per le proprie analisi online.

L'obiettivo è di aiutare le persone a trovare casa e selezionare un agente, afferma Kristi Graning, vicepresidente senior IT - e-Business. “In passato, la nostra attenzione era concentrata principalmente sul numero di visitatori del nostro sito. Ora, invece, i consumatori si rivolgono a Internet con sempre maggiore rapidità a Internet e noi

---

“Uno dei maggiori potenziali di Google Analytics è la possibilità di misurare il nostro successo in base alla nostra capacità di indirizzare i contatti agli agenti e la possibilità di eliminare alcune spese supplementari a carico degli agenti per la generazione di contatti”.

**Jeanna Bash**  
Analista web di RE/MAX

---

desideriamo comprendere meglio il loro comportamento per offrire servizi migliori. Ad esempio: perché visitano il nostro sito? Da dove vengono? Che cosa fanno una volta raggiunto il sito?”

La conoscenza dettagliata del comportamento dei consumatori che Google Analytics consente di ottenere non solo conferma molte delle iniziative online di RE/MAX, ma crea anche nuove opportunità. Prima di utilizzare Google Analytics, la società si affidava soprattutto a focus group che si occupavano di valutare il comportamento e gli interessi dei consumatori. Ma questo approccio richiede molto tempo, ha un ambito limitato anche geograficamente e non consente di disporre di dati reali completi.

Con Google Analytics, disporremo di analisi più accurate e non di prove aneddotiche. Inoltre, Google Analytics offre una prospettiva internazionale, afferma Constance Slippy, Senior Manager dei servizi web. “Ora siamo in grado di capire meglio il motivo per cui gli utenti visitano il nostro sito, di giustificare le modifiche al sito sulla base di dati reali e di apportare modifiche per aiutare gli utenti”.

### Risultati

Il sito di RE/MAX registra più di due milioni di visite al mese. Grazie a Google Analytics, Kristi Graning e il suo team hanno potuto riscontrare che più del 90% dei visitatori provenienti dai motori di ricerca ha utilizzato termini di ricerca tra cui “remax” e circa il 70% di tali visitatori ha successivamente cercato proprietà immobiliari nel sito.

### Nuovo design del sito per ottimizzare le opportunità degli agenti

Sapevamo che le nostre campagne televisive e di marketing sul marchio avevano avuto effetti positivi, in quanto i consumatori conoscono bene il nostro nome. Ora, però, dobbiamo concentrarci su altri strumenti di marketing finora non utilizzati che potrebbero generare un traffico di qualità ancora superiore, afferma Graning. “Un esempio ovvio è la possibilità di ampliare l’elenco delle nostre parole chiave per aiutare gli utenti che eseguono le ricerche a trovare e a utilizzare remax.com”.

Google Analytics ci ha permesso di confermare l’importanza del posizionamento della funzione di ricerca delle proprietà immobiliari direttamente nella home page del sito. In passato, RE/MAX indirizzava i potenziali clienti verso un altro sito. Come parte delle nuove iniziative in Internet, la società gestirà le proprie funzioni di ricerca delle proprietà e passerà i contatti agli agenti.

Uno dei maggiori vantaggi di Google Analytics è la possibilità di misurare il nostro successo nell’indirizzare contatti ai nostri agenti e l’opportunità di eliminare alcune delle spese supplementari a carico degli agenti per la generazione di contatti, osserva Jeanna Bash, Web Analyst di RE/MAX. “In passato non potevamo mai monitorare i contatti che gli agenti ricevevano tramite remax.com, poiché tali ricerche venivano trasferite a Realtor.com. Ora, oltre a consentire ai consumatori di cercare in tutti gli elenchi, potremo acquisire contatti, trasferirli direttamente ai nostri agenti, nonché monitorare e misurare il nostro tasso di conversione da contatto a vendita. In questo modo saremo in grado di aumentare il nostro valore per agenti e consumatori”.

### Test per miglioramenti continui

Oltre a facilitare la definizione della nuova strategia su Internet e della relativa direzione, Google Analytics consente inoltre di apportare miglioramenti di lieve entità ma continui alla struttura e alla funzionalità del sito. Ad esempio, il sito di RE/MAX offre link ai partner che erogano servizi complementari, ad esempio mutui e traslochi, nonché sezioni informative con suggerimenti e consigli. Testando le modifiche delle descrizioni dei contenuti e il posizionamento dei link, il team web può verificare e monitorare i miglioramenti delle percentuali di clic e dei referral.

---

“Abbiamo già rilevato diverse aree chiave di cui non eravamo a conoscenza. La visualizzazione della provenienza geografica del traffico crea nuove opportunità per noi”.

**Constance Slippy**  
Senior manager servizi web

---

### Dati per l'individuazione di nuove opportunità di business

Inoltre, Google Analytics offre assistenza sulle tecnologie appropriate per il sito. Il monitoraggio del tipo di tecnologia utilizzato dai visitatori, ad esempio piattaforme informatiche e velocità delle connessioni a Internet, aiuta RE/MAX nell'aggiunta di nuove funzioni, quali i file multimediali che consentono ai potenziali acquirenti di visitare in modo interattivo le proprietà immobiliari utilizzando il proprio computer.

