

# Firma Agency.com zwiększyła o 25% współczynniki konwersji w witrynie firmy SurePoint dzięki Google Analytics



„Ze względu na doskonałe wyniki, jakie osiągnęliśmy dzięki Google Analytics, będziemy korzystać z tej usługi w przyszłych kampaniach”.

**Chris Bowler**

Przedstawiciel ds. klientów w firmie Agency.com

## agency.com

### GOOGLE ANALYTICS INFORMACJE

Usługi analiz internetowych Google umożliwiają reklamodawcom i wydawcom zwiększenie skuteczności ich kampanii marketingowych oraz witryn. Reklamodawcy mogą zwiększyć zwrot inwestycji przez optymalizację kampanii marketingowych, śledzenie źródła odesłań, udoskonalanie projektu i treści witryny oraz rozpoznanie upodobań użytkownika witryny. Intuicyjny interfejs Google Analytics ułatwia grupowanie klientów, identyfikację najskuteczniejszych kampanii reklamowych oraz określenie preferencji użytkowników witryny.

Dodatkowe informacje można znaleźć pod adresem [www.google.com/analytics/pl/](http://www.google.com/analytics/pl/).

### Firma

Firma First Residential Mortgage Network (FRM) rozpoczęła działalność w roku 1995, osiągając ostatecznie jedną z czołowych pozycji na krajowym rynku bankowych pożyczek hipotecznych. FRM odniosła sukces, przekształcając czasochłonny i żmudny proces uzyskiwania pożyczki hipotecznej w szybką i przyjemną transakcję. Szukając nowych klientów na rynku internetowym, w roku 2005 FRM wprowadziła na ten szalenie konkurencyjny rynek spółkę zależną SurePoint Lending.

Wiedząc, że musi konkurować z istniejącymi od dawna na rynku pożyczkodawcami online, FRM podjęła współpracę z firmą Agency.com w celu uruchomienia witryny światowej klasy i poprowadzenia skutecznych interaktywnych kampanii marketingowych, które zapewnią sukces nowemu przedsięwzięciu. W ten sposób FRM dołączyła do grona klientów firmy Agency.com korzystających z jej doświadczenia w interaktywnym marketingu i projektowaniu witryn, dla firm takich jak 3M, British Airways, BrownCo, Discovery Networks, T-Mobile UK oraz Visa.

„Musieliśmy być wszechobecni, aby wprowadzić nową markę na rynek pożyczek online” — mówi Chris Bowler, przedstawiciel ds. klientów w Agency.com. „Aby zmaksymalizować wyniki FRM, połączyliśmy sprawdzone metody projektowania witryn z marketingiem online i szczegółowymi analizami internetowymi”.

### Podjęcie

W przypadku pożyczek internetowych nawet najdrobniejsza frustracja lub niepewność może odstraszyć klientów. Rozmaitość możliwości uzyskania pożyczki przez internet sprawia, że klientów trzeba zachęcać od samego początku. Gdy pożyczkobiorca odwiedzi witrynę, musi wypełnić elektroniczny wniosek kredytowy. Jeśli proces składania wniosku jest długi lub skomplikowany albo zbyt często wymagane jest podanie drażliwych informacji dotyczących finansów, klienci mogą się zniechęcić. Proces składania wniosku o pożyczkę może również wyzwać duże emocje, dlatego trudno jest ustalić przyczyny, dla których klienci rezygnują ze złożenia wniosku.

„Na podstawie danych z Google Analytics nieustannie modyfikujemy witrynę, aby klienci nie czuli się skrępowani i aby zdobyć ich zaufanie zanim poprosimy o podanie drażliwych informacji. Poznanie ścieżki w celu ustalenia punktów rezygnacji to podstawa naszych działań”.

Zdając sobie sprawę z niuansów pożyczek online, firma Agency.com zaczęła korzystać z narzędzi Google Analytics w celu maksymalizowania efektywności interaktywnych kampanii marketingowych oraz dopracowywania witryny SurePoint Lending, aby pozyskać i utrzymać klientów internetowych.

---

„Wielu naszych klientów może odnieść znaczne korzyści z dopracowania form obecności online i internetowych działań marketingowych przy użyciu Google Analytics”.

**David Garofalo**  
Menedżer ds. mediów i marketingu

---

„Wiedzieliśmy, że Google Analytics będzie niezwykle ważne dla SurePoint Lending” — mówi Bowler. „Musieliśmy zawsze wiedzieć, które słowa kluczowe i kampanie miały największą skuteczność, a także określać typy klientów składających wnioski o pożyczkę oraz śledzić współczynniki rezygnacji na poszczególnych stronach. Aby podnieść współczynniki konwersji, musieliśmy oczywiście stale doskonalić projekt witryny i procesy składania wniosków kredytowych”.

Firma Agency.com poprowadziła zatem solidną kampanię Google AdWords, stosując setki słów kluczowych w celu przyciągnięcia użytkowników do witryny SurePoint Lending. Na podstawie wcześniejszych doświadczeń z innymi klientami ustalono, że reklamy oparte na wyszukiwaniu skuteczniej przyciągają użytkowników, a zwłaszcza potencjalnych klientów niż reklamy banerowe lub inne formy marketingu internetowego.

Oprócz tego firma Agency.com zintegrowała usługę Google Analytics ze stosowanym przez FRM oprogramowaniem do śledzenia potencjalnych klientów. W pełni zintegrowany system pozwala specjalistom ds. kredytów w SurePoint nawiązać telefoniczny lub za pośrednictwem poczty elektronicznej kontakt z potencjalnymi klientami. Pełna integracja śledzenia z usługą Google Analytics zajęła niespełna dwa tygodnie i umożliwiła Agency.com śledzenie zachowań klientów od momentu początkowej reakcji na reklamę aż do pobrania kredytu.

## Wyniki

### Śledzenie od początku do końca

Dzięki integracji usługi Google Analytics firma SurePoint miała dokładne dane dotyczące marketingu online. „Pracownicy SurePoint mają pełne dane na temat zawartych umów kredytowych, aż do słowa kluczowego, które klient wyszukiwał, aby trafić do naszej witryny” — twierdzi Libby Cooper, dyrektor ds. marketingu w SurePoint. „Ten poziom szczegółowości jest niezwykle przydatny w kształtowaniu trwających kampanii reklamowych i pozyskiwaniu najbardziej pożądanых klientów”.

### Dopracowywanie procesu składania wniosku o pożyczkę

Usługa Google Analytics okazała się szczególnie przydatna w ocenie przyczyn rezygnacji klientów ze złożenia wniosku o kredyt hipoteczny. Agency.com korzysta z raportów Google Analytics w celu ustalenia punktu i czasu, w którym klienci opuszczają poszczególne strony. Agency.com od początku odnosiła sukcesy w kierowaniu użytkowników do witryny, ale współczynniki rezygnacji były wysokie. Agencja użyła raportów Google Analytics dotyczących porzucania ścieżek w celu ustalenia współczynników rezygnacji na poszczególnych stronach lub w określonych stadiach procesu składania wniosku.

„Na podstawie danych z Google Analytics nieustannie modyfikujemy witrynę, aby klienci nie czuli się w niej skrępowani i aby zdobyć ich zaufanie, zanim poprosimy o podanie drażliwych informacji. Poznanie ścieżki w celu ustalenia punktów rezygnacji to podstawa naszych działań” — mówi Bowler.

### Maksymalizacja opłacalności reklamy internetowej

Narzędzia Google Analytics mierzą również, które słowa kluczowe AdWords dają najlepsze wyniki oraz dostarcza informacje o kosztach kliknięcia w witrynie SurePoint. Firma Agency.com na podstawie tych danych dokonuje odpowiednich zmian w kampaniach AdWords i witrynie SurePoint.

Korzystając z narzędzi Google Analytics firma Agency.com skoncentrowała zakupy wyszukiwanych słów kluczowych na najsukuteczniejszych rodzajach słów kluczowych. Dopracowała również tekst reklamowy w reklamach w wyszukiwarkach oraz reklamach banerowych, aby skupić się na koncepcjach zapewniających największy zwrot. Agencja dostosowała strony docelowe odpowiednio do słów kluczowych wyszukiwanych przez użytkowników, którzy kliknęli reklamę. Firma Agency.com zmieniała również tekst w witrynie, głównie na stronach docelowych, aby lepiej komunikować konkretne cele na poszczególnych stronach. Po dokonaniu zmian średni współczynnik odrzucenia przy wejściu na najlepszych pięciu stronach początkowych zmalał o 17%, a współczynnik konwersji stron docelowych reklam wyświetlanych w wynikach wyszukiwania słów kluczowych wzrósł o ponad 25%.

„Ze względu na doskonałe wyniki, jakie osiągnęliśmy dzięki Google Analytics, będziemy korzystać z tej usługi w przyszłych kampaniach” — mówi Bowler, przedstawiciel Agency.com. „Wielu naszych klientów może odnieść znaczne korzyści z dopracowania form obecności online i internetowych działań marketingowych przy użyciu Google Analytics”.

