



Firma RE/MAX wprowadziła nową strategię internetową dzięki Google Analytics

„Możemy wychwytywać potencjalnych klientów, przekazywać ich bezpośrednio do naszych agentów oraz śledzić i mierzyć współczynnik konwersji sprzedaży potencjalnej na rzeczywistość. Jest to korzystne zarówno dla naszych agentów, jak i klientów”.

Kristi Graning
Wiceprezes ds. IT
i e-biznesu



Each Supplier independently owned and operated

GOOGLE ANALYTICS — INFORMACJE

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

Dodatkowe informacje można znaleźć pod adresem
www.google.com/analytics/pl/.

Sieć franczyzowa RE/MAX to globalny system handlu nieruchomościami działający w 62 krajach i obsługujący ponad 5800 biur stanowiących własność niezależnych partnerów oraz 114 000 stowarzyszonych sprzedawców, którzy zapewniają firmie czołową pozycję w branży pośrednictwa na rynku lokali mieszkaniowych, handlowych, skierowań, relokacji i zarządzania lokalami.

Założona w roku 1973 firma RE/MAX zapewnia środowisko rozwoju przedsiębiorczości, które przyciąga najlepszych agentów, oferując maksymalne kompensaty, zaawansowane usługi wsparcia oraz swobodę niezbędną agentom do odniesienia sukcesu. Od samego początku firma nieustannie zapewnia innowacyjne usługi ułatwiające działalność partnerom, takie jak zarządzanie relokacją i nieruchomościami, inwestycje handlowe, międzynarodową sieć skierowań, zaawansowane kursy szkoleniowe, najwyższej klasy narzędzia technologiczne, witryny internetowe i ekstranetowe oraz telewizyjne kampanie reklamowe o zasięgu ogólnokrajowym.

Firma RE/MAX była pierwszą — i pozostała jedyną — siecią agencji nieruchomości, która uruchomiła i prowadzi satelitarną sieć TV przeznaczoną dla sprzedawców nieruchomości. Telewizję tę można oglądać we wszystkich biurach firmy oraz w domach agentów. W wyniku nieustających innowacji i wspierania partnerów firma RE/MAX odnotowywała wzrost w każdym miesiącu przez ponad 32 lata.

Wyzwanie

Rynek handlu nieruchomościami stopniowo przenosił się do internetu. Badania stowarzyszenia National Association of Realtors z roku 2004 wykazały, że 74% klientów rozpoczęło proces zakupu domu online, a 75% oczekuje, że ich agent będzie mieć dobrą znajomość internetu. Faktycznie, według analityków z Borrell Associates, ponad jedną trzecią czasu medialnego klienci spędzają w internecie, co sprawia, że reklamodawcom coraz trudniej jest dotrzeć do klientów jedynie przez media tradycyjne, takie jak telewizja i prasa.

„Google Analytics zapewnia nam rzeczywiste analizy, a nie mętne szacunki. Ponadto Google Analytics oferuje perspektywę międzynarodową. Teraz lepiej rozumiemy, dlaczego ludzie odwiedzają naszą witrynę, uzasadniamy konieczność zmian witryn rzeczywistymi danymi i dokonujemy zmian korzystnych dla klientów”.

„Jedną z największych zalet Google Analytics jest dla nas możliwość pomiaru skuteczności kierowania potencjalnych klientów do naszych agentów oraz wyeliminowania niektórych dodatkowych opłat ponoszonych przez agentów z tytułu generowania danych dotyczących potencjalnych transakcji”.

Jeanna Bash
Analityk internetowy RE/MAX

W związku z masowym przechodzeniem klientów do internetu firma RE/MAX wprowadziła nowatorską funkcję przeglądania przez klientów wszystkich wykazów nieruchomości w witrynie www.remax.com, bez względu na to, czy są to wykazy RE/MAX. Celem nowej funkcji jest zapewnienie agentom RE/MAX większej kontroli nad wykazami i generowaniem potencjalnych transakcji. W ramach strategii online firma RE/MAX zwróciła się do Google Analytics po pomoc w zbieraniu danych do analiz internetowych.

„Celem jest ułatwienie ludziom znalezienia domu i wybrania agenta” — mówi Kristi Graning, wiceprezes ds. IT i e-biznesu. „Dawniej interesowało nas głównie to, ilu nowych użytkowników odwiedziło naszą witrynę. Teraz jednak klientów online błyskawicznie przybywa, więc chcemy wiedzieć więcej o ich sposobach działania, aby lepiej im służyć. Na przykład: po co ludzie przechodzą do naszej witryny? Skąd przybywają? Co robią w naszej witrynie?”

Dostarczane przez raporty Google Analytics dane na temat zachowania klientów online umożliwiają nie tylko kontrolę wielu inicjatyw internetowych RE/MAX, lecz również odkrycie nowych możliwości. Przed Google Analytics firma prowadziła badania nad zachowaniem i zainteresowaniami klientów głównie w grupach fokusowych. Grupy fokusowe to jednak metoda czasochłonna, a przy tym ograniczona pod względem zakresu i regionu. Badania takie nie dostarczają również danych ze świata rzeczywistego.

„Google Analytics zapewnia nam rzeczywiste analizy, a nie mętne szacunki. Ponadto Google Analytics oferuje perspektywę międzynarodową” — mówi Constance Slippery, starszy menedżer usług internetowych. „Teraz lepiej rozumiemy, dlaczego ludzie odwiedzają naszą witrynę, uzasadniamy konieczność zmian witrzyn rzeczywistymi danymi i dokonujemy zmian korzystnych dla klientów”.

Wyniki

Witrynę RE/MAX odwiedzają ponad 2 miliony osób miesięcznie. W Google Analytics Kristi Graning i jej zespół mogli sprawdzić, że ponad 90% użytkowników przychodzących z wyszukiwarek wyszukiwało hasła zawierające słowo „remax”, a około 70% z nich następnie szukało nieruchomości w witrynie.

Nowy projekt witryny maksymalizujący liczbę klientów kierowanych do agentów

„Wiedzieliśmy, że nasze kampanie marketingowe i telewizyjne mające na celu budowanie marki były skuteczne, ponieważ ludzie dobrze znają naszą nazwę. Teraz jednak musieliśmy poszukać nowych metod marketingu, aby pozyskać jeszcze większą liczbę klientów w internecie” — mówi Graning. „Prostym przykładem jest możliwość rozszerzenia naszej listy słów kluczowych pozwalających internautom znaleźć witrynę remax.com i przejść do niej”.

Usługa Google Analytics umożliwiła również przeniesienie funkcji wyszukiwania nieruchomości na stronę główną witryny. W przeszłości firma RE/MAX przekazywała takich potencjalnych klientów do innej witryny. W ramach nowej inicjatywy internetowej firma będzie prowadziła własną wyszukiwarkę nieruchomości i śledzić przechodzenie takich klientów do agentów.

„Już zauważyliśmy kilka ważnych kwestii, z których wcześniej nie zdawaliśmy sobie sprawy. Dzięki wizualizacji lokalizacji geograficznych, z których przychodzą do nas użytkownicy, możliwości po prostu rzucają się w oczy”.

Constance Slippy
Starszy menedżer usług internetowych

„Jedną z największych zalet Google Analytics jest dla nas możliwość pomiaru skuteczności kierowania potencjalnych klientów do naszych agentów oraz wyeliminowania niektórych dodatkowych opłat ponoszonych przez agentów z tytułu generowania danych dotyczących potencjalnych transakcji” — zauważa Jeanna Bash, analityk internetowy w RE/MAX. „W przeszłości nie byliśmy w stanie śledzić potencjalnych klientów przychodzących do agentów z witryny remax.com, ponieważ przekazywaliśmy te wyszukiwania do Realtor.com. Teraz możemy nie tylko zaoferować klientom wyszukiwanie we wszystkich wykazach firm, lecz również wychwytywać potencjalnych klientów, przekazywać ich bezpośrednio do naszych agentów oraz śledzić i mierzyć współczynnik konwersji sprzedaży potencjalnej na rzeczywistość. Jest to korzystne zarówno dla naszych agentów, jak i klientów”.

Testowanie w celu stałego doskonalenia

Usługa Google Analytics nie tylko ułatwia opracowanie nowej strategii internetowej i wyznaczenie kierunków działania. Usługa Google Analytics wskazuje również, co należy udoskonalić w projekcie i funkcjonalności witryny. Na przykład witryna RE/MAX oferuje linki do partnerów zapewniających usługi dodatkowe, takie jak kredyty i przeprowadzki, a także sekcje poradniczo-informacyjne. Testując zmiany opisów treści i rozmieszczenia linków, zespół internetowy może sprawdzać i śledzić poprawę klikalności i skierowań.

Usługa Google Analytics zapewnia również dane umożliwiające dobór odpowiedniej technologii witryny. Śledzenie typu technologii stosowanych przez użytkowników — na przykład platform komputerowych i szybkości połączeń internetowych — umożliwia firmie RE/MAX odpowiednie dodawanie nowych funkcji, takich jak pliki multimedialne pozwalające potencjalnym nabywcom na interaktywne zwiedzanie nieruchomości na komputerze.

Dane umożliwiające odkrycie nowych możliwości biznesowych

Usługa Google Analytics ułatwia również odkrycie nowych możliwości dla działalności franczyzowej RE/MAX. „Widząc, skąd pochodzą użytkownicy odwiedzający witrynę, uzyskujemy dane, w których miejscach na świecie warto rozejrzeć się za chętnymi na franczyzę” — mówi Slippy. „Już zauważyliśmy kilka ważnych kwestii, z których wcześniej nie zdawaliśmy sobie sprawy. Dzięki wizualizacji lokalizacji geograficznych, z których przychodzą do nas użytkownicy, możliwości od razu rzucają się w oczy”.

