



## SurePoint Lending och Agency.com ökade omvandlingsfrekvensen på sin underliggande webbplats med 25 % med hjälp av Google Analytics.

---

**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).

---

### Verksamhet

FRM, (First Residential Mortgage Network) startade sin verksamhet 1995 och har sedan dess växt för att bli en av landets ledande inom banklån. FRM gjorde sig kända genom att förändra den utdragna och mödosamma process det var att få ett in-teckningslån till en snabb, och kanske till och med angenäm, affärsupplevelse. För att utvidga fokuseringen på kunder och den snabba behandlingstiden till att omfatta personer som sökte in-teckningslån på Internet, sällade sig FRM år 2005 till den intensivt konkurrenspräglade lånemarknaden på Internet tillsammans med dotterbolaget SurePoint Lending.

FRM visste att de skulle komma att konkurrera med erfarna lånegivare på Internet, och anlätade det interaktiva företaget Agency.com för att utveckla en webbplats i världsklass och skapa effektiva interaktiva marknadsföringskampanjer för att se till att den nya satsningen blev en framgång. Därmed sällade FRM sig till en rad framstående Agency.com-kunder som har utnyttjat agenturens expertis inom interaktiv marknadsföring och webbplatsutveckling. Dit hör 3M, British Airways, BrownCo, Discovery Networks, T-Mobile UK och Visa.

Vi var tvungna att göra ett grundligt förarbete för att kunna introducera ett nytt varumärke inom utlåning på Internet, säger Chris Bowler, kundpartner för Agency.com. "Vi kombinerade webbplatsdesign som understödde bästa tillvägagångssätt med verktyg för marknadsföring på nätet och omfattande webbanalyser för att maximera resultaten för FRM."

### Tillvägagångssätt

När det gäller utlåning på Internet kan den minsta orsak till frustration eller osäkerhet stoppa en kund. Det stora urvalet utlåningsalternativ på Internet gör det till en utmaning att locka till sig kunder redan från början. När låneansökare väl har landat på en webbplats måste de fylla i en låneansökan online. Om ansökningsprocessen verkar ta för lång tid eller är för svår, eller om känsliga uppgifter om ekonomin efterfrågas för tidigt, kan kunden avbryta ansökan. Ansökningsprocessen kan även vara mycket känslös, vilket gör det svårt att finna orsakerna till varför kunder inte slutför sin låneansökan.

Medveten om känsligheten och utmaningarna inom utlåning på Internet, började Agency.com använda Google Analytics för att maximera effektiviteten hos interaktiva marknadsföringskampanjer och finjustera webbplatsen SurePoint Lending för att vinna och behålla kunder på nätet.

Vi visste att Google Analytics skulle bli mycket viktigt för SurePoint Lending, säger Bowler. "Vi behövde ett sätt att hålla reda på vilka sökord och kampanjer som var mest effektiva och avgöra vilka typer av kunder som ansökte om lån. Vi behövde desutom ett sätt att spåra avhoppsfrekvenserna för varje sida. Givetvis behövde vi också ett sätt att hela tiden kunna finjustera webbsidedesignen och ansökningsprocesserna för att kunna förbättra omvandlingsfrekvenserna."

Samtidigt påbörjade Agency.com en omfattande Google AdWords-kampanj, som använde hundratals sökord, med syfte att leda trafik till webbplatsen SurePoint Lending. Baserat på tidigare erfarenheter med andra kunder bestämde Agency.com att sökbaserad annonsering är mer effektiv när det gäller att leda trafik och samla potentiella kunder, jämfört med bannerannonsering och andra marknadsföringssatsningar på Internet.

Utöver allt detta integrerade Agency.com Google Analytics med FRM:s eget program för spårning av potentiella kunder. Med det helt integrerade systemet kan låneråd-givare på SurePoint följa upp med tilltänkta kunder och godkänna dem över telefon eller e-post. Den fullständiga integreringen av Google Analytics spårningsfunktion tog mindre än två veckor och har gjort det möjligt för Agency.com att spåra kunder från de första svaren på annonserna till undertecknade lån.

### Resultat av spårning från början till slut

Genom att integrera Google Analytics har SurePoint en återkopplad översikt av marknadssatsningen på Internet. "SurePoint-anställda kan se var slutförda lån kommer ifrån. De kan till och med se vilka sökord en kund använde för att komma till webbplatsen", menar Libby Cooper, marknadsansvarig hos SurePoint Lending. "Denna detaljnivå är mycket användbar för att utforma fortlöpande annonseringskampanjer och förvärva de mest lönsamma kunderna."

### Finjustera låneansökningsprocesserna

Google Analytics har varit särskilt effektivt när det gäller att ta reda på varför kunder avbryter sina ansökningar om inteckningslån. Agency.com använder Google Analytics för att fastställa var och när kunder lämnar varje sida. Från första början var Agency.com framgångsrika med att leda trafik till en webbplats, men avhoppsfrekvenserna var höga. Agenturen använde kanalrapporterna i Google Analytics för att fastställa avhoppsfrekvenserna på vissa sidor eller under vissa stadier i ansökningsprocessen.

Utifrån data från Google Analytics kan vi ständigt ändra webbplatsen så att besökare känner sig mer som hemma och så att vi kan skapa tillit innan vi ber om känslig information. Det är viktigt för vårt arbete att vi förstår kanalen så att vi kan se var avhopp sker, säger Bowler.

### Maximera annonseringen på Internet

Google Analytics mäter även vilka AdWords-sökord som ger bäst resultat samt tillhandahåller information om kostnad per klick på SurePoints webbsida. Agency.com tar till sig denna information och ändrar AdWords-kampanjer och SurePoint-webbplatsen för att maximera effektiviteten.

Med hjälp av Google Analytics kunde Agency.com koncentrera sig på att köpa sökord inom den mest effektiva sökordsgruppen och dessutom finjustera texten i både sökbaserade annonser och bannerannonser. Därmed kunde agenturen fokusera på de mest avkastningsintensiva koncepten. Agenturen justerade målsidorna beroende på vilka sökord användarna klickade på. Agency.com ändrade dessutom texten på hela webbplatsen, främst på målsidorna, för att bättre förmedla specifika mål för varje sida. När ändringarna var klara minskade den genomsnittliga avvisningsfrekvensen på de fem bästa ingångssidorna med 17 procent, och omvandlingsfrekvensen för målsidorna fokuserade på sökordsköp ökade med mer än 25 procent.

På grund av de superba resultat vi fick genom Google Analytics kommer vi att överväga att använda deras system för framtida kampanjer säger Bowler. "Vi har många kunder som med fördel kan använda Google Analytics för att finjustera sin framtoning och marknadsföring på Internet."

