



Grâce à Google Analytics, SurePoint Lending et Agency.com ont augmenté de 25% le taux de conversion sur leur site client.

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.

Activité

La société FRM (First Residential Mortgage Network) a été créée en 1995 et a connu un développement ininterrompu jusqu'à devenir aujourd'hui l'une des plus grandes sociétés de crédit immobilier des États-Unis. FRM a bâti son succès en parvenant à transformer le long et laborieux processus d'obtention d'un prêt immobilier en formalité rapide et même plaisante. En 2005, dans l'optique de proposer ses services, notamment les délais de traitement réduits, aux internautes à la recherche d'un prêt, FRM s'est attaqué au marché ultra compétitif du prêt immobilier en ligne avec sa filiale SurePoint Lending.

Conscients de l'environnement concurrentiel avec les sociétés de prêt immobilier en ligne fortement établies, les dirigeants de FRM ont demandé à la firme interactive Agency.com de développer un site Web de très haute tenue ainsi que des campagnes marketing interactives efficaces dans le but d'assurer le succès de l'entreprise. En cela, FRM a rejoint les rangs déjà bien fournis des clients d'Agency.com ayant bénéficié de l'expertise de la société en matière de marketing interactif et de développement de sites Web, notamment les sociétés 3M, British Airways, BrownCo, Discovery Networks, T-Mobile UK et Visa.

Nous avons dû prendre en compte tous les éléments fondamentaux pour introduire une nouvelle marque sur le marché des prêts en ligne, explique Chris Bowler, partenaire client d'Agency.com. "Afin d'optimiser les résultats de FRM, nous avons combiné les meilleures pratiques de la conception Web avec des outils de marketing en ligne et d'analyse Web."

Méthode

Dans le domaine des prêts en ligne, la moindre frustration ou incertitude peut dissuader le client. La très grande variété de l'offre sur ce marché fait qu'il est déjà très difficile d'attirer des clients. Lorsque ceux-ci arrivent sur un site Web, ils doivent remplir des formulaires de demande de prêt en ligne. Si ce processus est trop long ou trop complexe, ou qu'ils soient obligés de fournir des informations financières sensibles trop tôt dans le processus, les clients potentiels abandonnent souvent avant terme. Un processus de demande de prêt est bien souvent une épreuve, ce qui ne facilite pas l'analyse des raisons précises pour lesquelles les clients ne le terminent pas.

Conscients de la nature sensible et des nombreux défis du marché des prêts en ligne, les dirigeants d'Agency.com ont introduit l'utilisation de Google Analytics afin d'optimiser l'efficacité des campagnes de marketing interactives et l'optimisation du site de SurePoint Lending dans l'optique d'acquérir et de conserver une clientèle en ligne.

Nous savions que Google Analytics serait un élément clé du développement de SurePoint Lending, nous confie Bowler. "Nous avons besoin d'un outil nous permettant d'évaluer les performances de nos mots clés et de nos campagnes, de déterminer quels types de clients font des demandes de prêt et d'effectuer le suivi du taux d'abandon de chaque page. Bien entendu, pour optimiser les taux de conversion, nous devons constamment améliorer la conception de notre site et les processus de demande."

Dans le même temps, Agency.com a lancé une importante campagne Google AdWords exploitant des centaines de mots clés pour générer du trafic vers le site de SurePoint Lending. Sur la base d'expériences antérieures avec d'autres clients, Agency.com a pu déterminer que la publicité sur les pages de recherche est une méthode plus efficace pour générer du trafic et recueillir des prospects que l'affichage de bannières ou d'autres systèmes de marketing en ligne.

En sus de ces efforts, Agency.com a intégré Google Analytics au logiciel interne de suivi des clients potentiels de FRM. Ce système entièrement intégré permet aux responsables de prêts de SurePoint d'effectuer le suivi des prospects et de les qualifier par téléphone et par e-mail. L'intégration complète du suivi avec Google Analytics a pris moins de deux semaines et a permis à Agency.com d'effectuer le suivi des clients, de la réponse initiale à une annonce jusqu'à l'acceptation du prêt.

Suivi intégral des résultats

Grâce à l'intégration de Google Analytics, SurePoint dispose d'analyses comparatives de ses investissements marketing en ligne. "Les employés de SurePoint peuvent identifier l'origine des prêts finalisés et même savoir exactement quel mot clé un client a utilisé pour accéder au site," déclare Libby Cooper, directrice du marketing pour SurePoint Lending. "Ce niveau de détail est extrêmement utile pour la conception de campagnes publicitaires et l'acquisition d'une clientèle de qualité."

Optimisation des processus de demande de prêt

Google Analytics est particulièrement utile pour déterminer pourquoi les clients abandonnent leur demande de prêt. Agency.com utilise Google Analytics pour déterminer à quel stade de leur navigation les clients quittent une page. Agency.com a toujours réussi à générer un trafic important vers le site mais les taux d'abandon étaient élevés. Pour connaître précisément les raisons pour lesquelles leurs clients potentiels abandonnaient le processus de demande ou pourquoi cela se produisait à une page spécifique, l'agence s'est appuyée sur les rapports de cheminement des visiteurs de Google Analytics.

Sur la base des données de Google Analytics, nous améliorons constamment le site pour que les gens se sentent plus à l'aise et pour établir une relation de confiance avant de leur demander de nous fournir des informations sensibles. Une bonne compréhension du cheminement des visiteurs est un élément crucial de notre démarche, car cela nous permet d'identifier avec précision la phase du processus pendant laquelle les internautes abandonnent leur visite, déclare Bowler.

Optimisation des investissements publicitaires en ligne

Google Analytics évalue également quels mots clés AdWords sont les plus performants et fournit des informations relatives au coût par clic sur le site Web SurePoint. Agency.com intègre ces informations et apporte les modifications nécessaires aux campagnes AdWords et au site SurePoint afin d'optimiser leur efficacité.

Avec l'aide de Google Analytics, Agency.com a concentré ses achats sur les mots clés les plus efficaces et a retravaillé ses textes publicitaires apparaissant sur les pages de résultats de recherche comme sur les bannières pour favoriser les concepts ayant le plus de chance de générer un retour sur investissement. L'agence a modifié les pages de destination en fonction des mots clés sur lesquels les utilisateurs avaient cliqué pour y arriver. Agency.com a également modifié les textes publicitaires sur l'ensemble du site, principalement sur les pages de destination, afin de mieux communiquer les objectifs spécifiques de chaque page. Suite à ces modifications, le taux de rebond moyen des cinq premières pages d'entrée a diminué de 17 % et le taux de conversion des pages de destination concentrées sur les achats de mots clés de recherche a augmenté de plus de 25 %.

Au vu des excellents résultats obtenus grâce à Google Analytics, nous utiliserons encore ce système pour nos campagnes à venir. déclare Bowler. “Nous avons de nombreux clients susceptibles de tirer des avantages substantiels de l'utilisation de Google Analytics pour améliorer leur image et l'efficacité de leurs investissements publicitaires en ligne.”

