



“Nous sommes en mesure d’obtenir des données sur les prospects, de les transmettre directement à nos agents, d’en effectuer le suivi et de mesurer le taux de conversion, de la prise de contact à la vente. Cela augmente la valeur de l’entreprise auprès des agents et consommateurs.”

**Kristi Graning**

Vice-présidente Senior du service informatique et commerce électronique



**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).

## RE/MAX lance une nouvelle stratégie Internet avec Google Analytics.

Le réseau de franchises international RE/MAX, spécialisé dans les services immobiliers, est présent dans 62 pays avec plus de 5 800 agences indépendantes et 114 000 agents immobiliers. C’est le leader du marché des services immobiliers en termes de biens résidentiels et commerciaux, référencement immobiliers, relocalisation et gestion d’actifs.

Fondée en 1973, la société RE/MAX évolue dans un environnement entrepreneurial attirant les meilleurs agents grâce à une rémunération optimale, des services d’assistance avancés et une liberté d’action favorisant leur réussite. Depuis sa création, la société épaula ses membres par le biais de services innovants, notamment la relocalisation et la gestion d’actifs, les investissements commerciaux, un réseau international de référencement immobilier, des formations avancées, des outils technologiques de pointe, des sites Internet et extranet et des campagnes publicitaires télévisuelles diffusées au niveau national.

RE/MAX a été le premier réseau immobilier, et est toujours le seul, à développer une chaîne de télévision par satellite destinée aux professionnels de l’immobilier ; elle est disponible dans toutes les agences de la société et au domicile de ses agents. Ces innovations constantes et cette volonté de soutenir ses sociétés affiliées ont permis à RE/MAX d’enregistrer une croissance ininterrompue de 32 ans.

### Le défi

Une part de plus en plus importante du marché immobilier se trouve maintenant en ligne. Une étude réalisée en 2004 par l’association nationale des agents immobiliers (National Association of Realtors) a révélé que 74 % des acheteurs débutent le processus d’achat d’un bien sur Internet et que 75 % d’entre eux attendent de leur agent qu’il soit un internaute averti. Selon Borrell Associates, une société d’analyse de ce secteur, un tiers du temps consacré aux médias par les consommateurs est passé sur Internet. Dans ce contexte, il devient de plus en plus difficile pour les annonceurs de toucher les consommateurs via des campagnes créées uniquement pour les médias traditionnels comme la télévision ou la presse.

“Avec Google Analytics, nous disposons d’analyses réelles, et non de témoignages anecdotiques. Par ailleurs, Google Analytics offre une perspective internationale. Nous sommes désormais en mesure de mieux comprendre pourquoi les internautes s’orientent vers notre site, de modifier ce dernier à partir de données tangibles, afin d’aider les consommateurs de manière effective.”

En réaction à l’importance croissante du Web sur ce marché, RE/MAX a annoncé en août 2005 le lancement d’une stratégie Internet ambitieuse. Au cœur de cette dernière : offrir aux consommateurs la possibilité de consulter tous les catalogues immobiliers disponibles sur [www.remax.com](http://www.remax.com), qu’ils appartiennent ou non à RE/MAX. Avec cette nouvelle fonction, RE/MAX souhaite apporter une plus grande autonomie à ses agents dans la création des annonces et la génération de clients potentiels. Dans le cadre de cette stratégie, RE/MAX s’est tourné vers Google Analytics pour recueillir les données destinées à son analyse Web.

---

“Le meilleur atout de Google Analytics est pour nous la possibilité d’évaluer le nombre de prospects dirigés vers nos agents, et de leur éviter certains frais supplémentaires liés à la génération de clients potentiels.”

**Jeanna Bash**  
Analyste Web chez RE/MAX

---

Notre but est d’aider les utilisateurs à trouver une maison et à choisir un agent immobilier, déclare Kristi Graning, Vice-présidente Senior du service informatique et commerce électronique. “Auparavant, notre première préoccupation était de connaître le nombre de visiteurs sur notre site. Aujourd’hui, les consommateurs se tournent vers Internet si facilement que nous cherchons à mieux connaître leur comportement afin d’améliorer nos prestations. Par exemple : pourquoi les internautes se rendent-ils sur notre site ? D’où viennent-ils ? Et, que font-ils une fois sur notre site ?”

Les précisions apportées par Google Analytics à ce sujet s’inscrivent dans le prolongement des nombreuses initiatives Internet de RE/MAX et offrent de nouvelles opportunités. Avant Google Analytics, la société se basait principalement sur des réunions de groupe pour évaluer les centres d’intérêt et le comportement des consommateurs. Mais ces réunions étaient fastidieuses et d’une portée restreinte. Elles ne permettaient pas non plus de collecter des données concrètes.

Avec Google Analytics, nous disposons d’analyses réelles, et non de témoignages anecdotiques. Par ailleurs, Google Analytics offre une perspective internationale, déclare Constance Slippy, Directeur des services Web. “Nous sommes désormais en mesure de mieux comprendre pourquoi les internautes s’orientent vers notre site, de modifier ce dernier à partir de données tangibles, afin d’aider les consommateurs de manière effective.”

### Résultats

Le site de RE/MAX accueille plus de 2 millions de visiteurs par mois. Grâce à Google Analytics, Kristi Graning et son équipe ont pu constater que plus de 90 % des visiteurs en provenance de moteurs de recherche avaient inclus “remax” dans leurs termes de recherche et 70 % de ces derniers ont ensuite effectué une recherche de biens sur le site.

### Nouvelle conception du site et un maximum d’opportunités pour les agents

Nous savions que les publicités télévisées relatives à notre marque fonctionnaient, car les gens connaissent bien notre nom ; toutefois nous devons envisager d’autres supports marketing susceptibles d’attirer davantage de clients potentiels, déclare Mme Graning. “Ce qui est frappant, c’est que nous pouvons utiliser de nouveaux mots clés pour amener les internautes à trouver remax.com plus facilement et à utiliser nos services.”

Par ailleurs, Google Analytics a confirmé la nécessité de placer la fonction de recherche de biens directement sur la page d’accueil du site. Auparavant, les prospects étaient redirigés vers un autre site. Dans le cadre de cette nouvelle initiative Internet, la société continue d’utiliser sa propre fonction de recherche de biens, et effectue un suivi de ces prospects jusqu’à ce qu’ils aient été dirigés vers les agents.

Le meilleur atout de Google Analytics est pour nous la possibilité d’évaluer le nombre de prospects dirigés vers nos agents et de leur éviter certains frais supplémentaires liés à la génération de clients potentiels, observe Jeanna Bash, analyste pour RE/MAX. “Par le passé, nous n’étions pas en mesure d’effectuer le suivi des dossiers que nos agents obtenaient de remax.com, car nous transmettions ces recherches à Realtor.com. Aujourd’hui, les clients peuvent non seulement effectuer des recherches dans toutes les annonces, mais nous sommes en mesure d’obtenir des données sur les prospects, de les transmettre directement à nos agents, d’en effectuer le suivi et de mesurer le taux de conversion, de la prise de contact à la vente. Cela augmente la valeur de l’entreprise auprès des agents et consommateurs.”

---

“Nous avons déjà noté de nombreuses zones favorables que nous ne connaissions pas. En visualisant l’origine du trafic, nous repérons facilement les opportunités qui s’offrent à nous.”

**Constance Slippy**  
Directeur des services Web

---

### Tests pour une optimisation permanente

Google Analytics permet non seulement d’envisager une nouvelle stratégie et une nouvelle orientation Internet, mais aussi d’améliorer en permanence certains détails dans la conception du site et de ses fonctionnalités. Le site RE/MAX propose, par exemple, des liens vers des partenaires offrant des services complémentaires, tels que les prêts et les déménagements, ainsi que des rubriques à vocation informative qui fournissent des conseils et des astuces. L’équipe Web peut tester des modifications dans la description des contenus ou dans la disposition des liens puis effectuer le suivi des améliorations du taux de clic et du trafic provenant d’autres sites.

### Données ouvrant de nouvelles opportunités commerciales

Google Analytics fournit également des informations utiles pour déterminer la technologie la mieux adaptée au site. Le suivi des technologies utilisées par les visiteurs, plate-forme informatique et vitesse de connexion par exemple, permet à RE/MAX d’élaborer des fonctionnalités sur mesure, comme les fichiers multimédia qui offrent la possibilité aux acheteurs potentiels de faire une visite virtuelle des biens à partir de leur ordinateur.

