



“Berdasarkan hasil luar biasa yang kami raih dengan Google Analytics, kami akan kembali menggunakan sistem tersebut untuk kampanye mendatang.”

Chris Bowler

Mitra klien untuk Agency.com

agency.com

TENTANG GOOGLE ANALYTICS

Layanan analisis Web Google dapat digunakan oleh pengiklan dan penayang untuk membuat kampanye pemasaran yang lebih efisien dan situs Web yang lebih efektif. Pengiklan dapat meningkatkan laba atas investasi dengan mengoptimalkan kampanye pemasaran online, melacak sumber arahan, menyempurnakan desain Web dan konten, serta mengenali preferensi pengunjung. Antarmuka intuitif Google Analytics memudahkan pengelompokan pelanggan, pengidentifikasian kampanye iklan dengan performa terbaik, dan pemahaman preferensi pengguna.

Untuk informasi lebih lanjut, kunjungi www.google.com/analytics/id_ID/.

Agency.com menambah tingkat konversi SurePoint Lending sebesar 25% dengan Google Analytics

Bisnis

Jaringan FRM (First Residential Mortgage) mulai beroperasi pada tahun 1995, sejak saat itu FRM berkembang menjadi salah satu pemimpin dalam industri perbankan hipotek di seluruh negeri. FRM dikenal luas karena mengubah proses yang lama dan memerlukan banyak upaya untuk memperoleh pinjaman hipotek menjadi pengalaman bisnis yang cepat, bahkan menyenangkan. Untuk memperluas fokus pelanggan dan jangka waktu pemrosesan yang cepat bagi orang yang mencari pinjaman hipotek secara online, pada tahun 2005 FRM memasuki persaingan luar biasa di pasar usaha peminjaman online dengan anak perusahaannya, yakni SurePoint Lending.

Karena mengetahui ketatnya persaingan dengan perusahaan peminjaman online yang sudah ada, FRM mendekati firma interaktif Agency.com untuk mengembangkan situs Web berkelas dunia dan menyajikan kampanye pemasaran interaktif yang efektif demi membantu memastikan keberhasilan bisnis barunya. Untuk melakukannya, FRM bergabung dalam daftar klien Agency.com yang telah memanfaatkan keahlian pengembangan pemasaran interaktif dan situs Web dari agensi tersebut, termasuk 3M, British Airways, Discovery Networks, T-Mobile, dan Visa.

“Kami harus melakukan semua cara untuk memperkenalkan merek baru kepada peminjam online,” kata Chris Bowler, mitra klien untuk Agency.com. “Kami menggabungkan desain Web paling praktis dengan perangkat pemasaran online dan analisis Web yang lengkap untuk memaksimalkan hasil bagi FRM.”

Pendekatan

Dalam usaha peminjaman online, bahkan kekecewaan atau keraguan terkecil dapat menghentikan pelanggan. Tersedianya beragam pilihan pinjaman online memberikan tantangan bagi upaya untuk menarik pelanggan sejak awal. Setelah pencari hipotek membuka salah satu situs Web, mereka harus melengkapi aplikasi pinjaman secara online. Jika proses aplikasi tersebut tampaknya terlalu panjang maupun rumit, atau terlalu cepat meminta informasi keuangan yang sensitif, maka pelanggan dapat mengabaikan upaya mereka. Proses mengajukan aplikasi hipotek juga dapat sangat dipengaruhi perasaan, sehingga sulit untuk mengetahui alasan yang menyebabkan pelanggan tidak melengkapi aplikasi pinjaman.

“Berdasarkan data dari Google Analytics, kami terus mengubah situs untuk membuat orang merasa nyaman dan mengembangkan kepercayaan sebelum meminta informasi yang sensitif. Memahami saluran untuk mengetahui pengabaian merupakan hal yang penting bagi upaya kami.”

Dengan menyadari sensitivitas dan tantangan dalam usaha peminjaman online, Agency.com mulai menggunakan Google Analytics untuk memaksimalkan efektivitas kampanye pemasaran interaktif dan menyempurnakan situs SurePoint Lending demi mendapatkan — dan mempertahankan — pelanggan online.

“Kami mengetahui bahwa Google Analytics akan sangat penting untuk SurePoint Lending,” ucap Bowler. “Kami harus terus mengikuti perkembangan tentang kata kunci dan kampanye paling efektif, lalu menentukan jenis pelanggan yang mengajukan aplikasi pinjaman, sekaligus melacak rasio pengabaian untuk setiap halaman. Tentunya kami juga harus terus menyempurnakan desain situs dan proses aplikasi untuk menambah tingkat konversi.”

“Kami memiliki banyak klien yang dapat memanfaatkan secara nyata penyempurnaan publikasi online dan upaya pemasaran mereka menggunakan Google Analytics.”

David Garofalo
Manajer Media dan Pemasaran

Secara bersamaan, Agency.com memulai kampanye penting Google AdWords menggunakan ratusan kata kunci untuk mengarahkan lalu lintas ke situs SurePoint Lending. Hal tersebut dilakukan berdasarkan pengalaman sebelumnya dengan klien lain, yang membuat mereka menyimpulkan bahwa iklan berbasis pencarian lebih efektif untuk mengarahkan lalu lintas dan mengumpulkan kontak dibandingkan iklan banner atau upaya pemasaran online lainnya.

Selain upaya tersebut, Agency.com mengintegrasikan Google Analytics dengan perangkat lunak pelacakan kontak internal di FRM. Sistem yang diintegrasikan sepenuhnya tersebut dapat digunakan oleh staf bagian pinjaman SurePoint untuk menindaklanjuti prospek dan memeriksa persyaratan mereka melalui telepon dan email. Integrasi pelacakan sepenuhnya dengan Google Analytics memerlukan waktu kurang dari 2 minggu dan dapat digunakan Agency.com untuk melacak pelanggan mulai dari respons awal terhadap iklan hingga pinjaman selesai.

Hasil

Pelacakan menyeluruh

Dengan mengintegrasikan Google Analytics, SurePoint memiliki pandangan yang jelas tentang upaya pemasaran online. “Staf SurePoint dapat melihat sumber pinjaman yang diselesaikan, bahkan mengetahui kata kunci yang dicari pelanggan untuk membuka halaman,” ungkap Libby Cooper, Direktur Pemasaran SurePoint. “Tingkat rincian tersebut sangat bermanfaat untuk menyempurnakan kampanye iklan yang sedang berjalan dan mendapatkan pelanggan yang paling diharapkan.”

Menyempurnakan proses aplikasi pinjaman

Secara khusus, Google Analytics bermanfaat untuk mengetahui alasan yang menyebabkan pelanggan mengabaikan upaya aplikasi pinjaman hipotek mereka. Agency.com menggunakan Google Analytics untuk mengetahui di mana dan kapan pelanggan meninggalkan setiap halaman. Sejak awal, Agency.com berhasil mengarahkan lalu lintas ke situs — namun rasio pengabaian tinggi. Agensi tersebut memeriksa laporan saluran dalam Google Analytics untuk mengetahui rasio pengabaian pada halaman spesifik atau tahap tertentu dari proses aplikasi.

“Berdasarkan data dari Google Analytics, kami terus mengubah situs untuk membuat orang merasa nyaman dan mengembangkan kepercayaan sebelum meminta informasi yang sensitif. Memahami saluran untuk mengetahui pengabaian merupakan hal yang penting bagi upaya kami,” ungkap Bowler.

Memaksimalkan upaya periklanan online

Google Analytics juga menilai kata kunci AdWords yang memberikan hasil terbaik, sekaligus menyediakan informasi biaya per klik di situs Web SurePoint. Agency.com mengolah informasi tersebut, lalu melakukan perubahan terhadap kampanye AdWords dan situs SurePoint untuk memaksimalkan efektivitasnya.

Dengan bantuan Google Analytics, Agency.com memusatkan pembelian kata kunci pencarian pada kelompok kata kunci yang paling efektif, kemudian menyempurnakan salinannya dalam iklan berbasis pencarian dan banner untuk memfokuskan pada konsep yang paling menghasilkan. Agensi tersebut menyesuaikan halaman arahan, tergantung pada kata kunci yang diklik pengguna. Agency.com juga memperbaiki salinannya di seluruh situs, terutama pada halaman arahan, agar dapat menyampaikan tujuan spesifik secara lebih baik untuk setiap halaman. Setelah melakukan penyesuaian, tingkat bouncing rata-rata pada 5 halaman entri teratas menurun sebesar 17%, dan tingkat konversi untuk halaman arahan yang difokuskan pada pembelian kata kunci pencarian meningkat lebih dari 25%.

“Berdasarkan hasil luar biasa yang kami raih dengan Google Analytics, kami akan kembali menggunakan sistem tersebut untuk kampanye mendatang,” kata Bowler dari Agency.com. “Kami memiliki banyak klien yang dapat memanfaatkan secara nyata penyempurnaan publikasi online dan upaya pemasaran mereka menggunakan Google Analytics.”

