



“Google Analytics telah memberi dampak positif yang luar biasa pada bisnis kami.”

Dan Brodie
Direktur Operasional



TENTANG GOOGLE ANALYTICS

Google Analytics dapat digunakan oleh pengiklan dan penayang untuk membuat kampanye pemasaran yang lebih efektif dan situs Web yang lebih efisien menggunakan informasi yang disediakan oleh Google Analytics. Pengiklan dapat meningkatkan laba atas investasi dari iklan mereka 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/.

BuildDirect meningkatkan penjualan sebesar 50% menggunakan Google Analytics.

BuildDirect membeli produk secara langsung dari produsen dan menjual kepada pembeli di seluruh dunia. Didirikan pada tahun 1999 dan berkedudukan di Vancouver, B.C., Kanada, perusahaan tersebut berkembang dengan cepat menjadi agen besar perdagangan online dan pengecer khusus produk rakitan yang terkemuka di dunia. BuildDirect melakukan bisnis di 40 negara di 6 benua dengan jenis produk untuk lantai, atap, dinding, produk dekorasi, dan pelapis bagian atas meja. Pesanan dengan jumlah banyak dalam kontainer dikirim ke pelabuhan atau terminal darat, dan pesanan dalam jumlah sedikit dikirim ke alamat kode pos atau zip di Amerika Utara. Pada tahun 2004, majalah Profit magazine memberi peringkat BuildDirect sebagai perusahaan kedua yang berkembang paling pesat di Kanada.

Karena BuildDirect merupakan organisasi yang sepenuhnya virtual, maka perusahaan tersebut memiliki keunggulan yang luar biasa karena volume yang lebih besar dan biaya tidak langsung yang lebih rendah jika dibandingkan dengan perusahaan perdagangan biasa. Keberhasilan perusahaan banyak ditentukan oleh penggunaan pemasaran dan periklanan online yang praktis.

Tantangan

Meskipun perusahaan tersebut berkembang pesat, namun pihak manajemen ingin meningkatkan efisiensi pengeluaran online mereka – khususnya dengan anggaran pemasaran yang mendekati Rp10 miliar per kuartal dalam tahun pertama operasi.

BuildDirect memiliki gabungan pemasaran hebat yang terdiri dari kombinasi iklan mesin pencari, newsletters melalui email, dan sign-up pelanggan situs Web online. Tantangannya adalah meningkatkan performa melalui pelacakan yang lebih baik tentang taktik yang berfungsi dan tidak.

Pada tahun 2004, BuildDirect menggunakan Google Analytics untuk menggantikan paket analisis yang sudah ada. Dalam waktu beberapa bulan, Dan Brodie, Direktur Operasional, mengatakan bahwa mereka dapat mengetahui saluran pemasaran melalui email tidak menghasilkan konversi seperti yang diharapkan. Mereka juga tidak mendapatkan nilai yang memadai atas biaya pengeluaran pada mesin pencari tingkat ketiga, bagi lalu lintas yang kurang memberikan konversi.

“Setelah mulai menggunakan perangkat analisis performa lintas segmen dari Google Analytics untuk mengenali demografi pelanggan, kami dapat merancang kreatif yang dibuat khusus bagi pembeli.”

Hasil

“Analisis Web adalah hal yang penting bagi perusahaan online manapun dan merupakan kunci untuk meningkatkan operasi kami secara nyata,” kata Brodie. Dengan layanan analisis Web Google Analytics Sesuai Permintaan, ia dapat mengetahui iklan yang berfungsi serta efektivitas newsletter dan desain situs dalam mengarahkan penjualan. “Jumlah penjualan online kami meningkat sebesar 50% – semuanya dilakukan tanpa perlu menjawab telepon. Ini merupakan penghargaan untuk desain situs dan pengujian pasar yang berkelanjutan dari BuildDirect, sekaligus informasi bermanfaat yang disediakan oleh Google Analytics.”

“Jumlah penjualan online kami meningkat sebesar 50% -- semuanya dilakukan tanpa perlu menjawab telepon. Hal ini merupakan penghargaan untuk desain situs dan pengujian pasar yang berkelanjutan dari BuildDirect, sekaligus informasi bermanfaat yang disediakan oleh Google Analytics.”

Dan Brodie
Direktur Operasional

“Dengan Google Analytics, kami mengetahui bahwa banyak mesin pencari kami tidak memberikan lalu lintas bertarget yang memadai,” ucap Brodie. “Jumlah pengunjung yang lebih banyak adalah hal yang hebat, namun kami harus berfokus pada konversi – yakni lalu lintas yang mengarah pada penjualan,” ia menambahkan.

Hasil yang lebih baik dari iklan pencarian

BuildDirect memfokuskan pengeluaran iklan pada mesin pencari terpopuler dan segera memperoleh peningkatan konversi sebesar 37%, meskipun menurunkan keseluruhan anggaran pemasaran pencariannya sebesar 33%. Sejak itu, perusahaan tersebut meningkatkan pengeluaran iklan pencarian pada sumber berkonversi tinggi dan terus mempertahankan tingkat konversi yang sangat memuaskan.

Kampanye iklan melalui email yang paling efektif

Selain meningkatkan iklan pencarian, BuildDirect juga dapat menilai efektivitas kampanye melalui email yang dirancang untuk mengarahkan lalu lintas ke situs mereka. Meskipun perusahaan tersebut telah membeli daftar email prospek yang “pasti berminat” merenovasi rumah dan mengirimkan 600.000 hingga 800.000 email secara bersamaan, namun ROI tetap rendah karena tingkat konversi yang rendah. Setelah menggunakan Google Analytics untuk pemantauan dan pelacakan kampanye, tingkat konversi pemasaran melalui email BuildDirect meningkat sebesar dua kali lipat. “Setelah mulai menggunakan perangkat analisis performa lintas segmen dari Google Analytics untuk mengenali demografi pelanggan, kami dapat merancang kreatif yang dibuat khusus bagi pembeli,” ungkap Brodie.

Keterlibatan pelanggan yang meningkat

Dengan laporan Pengoptimalan Pemasaran dari Google Analytics, BuildDirect mengetahui bahwa pembelian sampel merupakan cara yang ampuh untuk mengarahkan lebih banyak penjualan. “Pembeli perorangan yang membeli sampel memiliki kemungkinan sebesar 60% untuk kembali ke situs dalam waktu 30 hari dan mengajukan pesanan lengkap,” kata Brodie. Selain menyesuaikan pesan untuk setiap segmen pelanggan, BuildDirect juga menggunakan kemampuan pengujian A/B Google Analytics untuk menyempurnakan pendekatan pemasarannya. “Kami menguji berbagai versi kreatif pada setiap newsletter dan melacak hasil menggunakan Google Analytics, agar dapat mengetahui tingkat awal, rasio klik per tayang, dan konversi untuk setiap versi yang kami coba.”

Desain situs yang efisien

Terakhir, BuildDirect dapat mengoptimalkan desain situs Web berdasarkan data laporan Google Analytics. “Dengan Tampilan Situs dan Laporan Saluran yang Ditetapkan dari Google Analytics, kami mengetahui bahwa kami kehilangan hampir separuh pelanggan pada proses 3 tahap di antara keranjang belanja dan konfirmasi pembayaran,” ucap Brodie. “Kami mengurangi proses tersebut menjadi 1 tahap. Dengan menyederhanakannya menjadi 1 halaman, kami meningkatkan pesanan sampel sebesar 100% dan memperkirakan bahwa hal tersebut akan memberi kontribusi terhadap peningkatan penghasilan secara nyata dalam beberapa bulan.”

BuildDirect akan terus menguji dan memantau program pemasaran online dengan analisis Web. “Sebelum menggunakan Google Analytics, pada dasarnya kami hanya menebak cara yang seharusnya dilakukan untuk mengeluarkan anggaran pemasaran. Kini kami mengetahui jumlah kampanye yang memberikan hasil dan efektivitas fungsinya,” kata Brodie. “Google Analytics telah memberi dampak positif yang luar biasa pada bisnis kami.”

