



Discount Tire aumentó las ventas online en un 14% la primera semana que utilizó Google Analytics.

“Google Analytics es mucho más fácil de implementar que otros productos de análisis web que hemos probado. Es prácticamente gratuito, se implementa y mantiene en cuestión de minutos y se pueden cambiar los objetivos y los redireccionamientos al instante”.

Travis Unwin
Director administrativo



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.

Tipo de negocio

Discount Tire ofrece a los usuarios una amplia variedad de opciones y precios reducidos en ruedas y neumáticos, tanto en las tiendas minoristas como en la compra por Internet. Con más 40 años de experiencia, Discount Tire es el proveedor de neumáticos independiente más importante de EE.UU., con 600 tiendas dedicadas exclusivamente a la venta de ruedas y neumáticos.

Además de los comercios minoristas, Internet se está convirtiendo en uno de los canales de ventas más fructíferos de Discount Tire. Los compradores online pueden probar ruedas de forma virtual y comprobar el aspecto que tendrán en determinados vehículos gracias a un sistema de ruedas interactivo. También ahorran tiempo y dinero al solicitar neumáticos o ruedas sin tener que abonar los costes de envío, o al comprar neumáticos y concertar citas para su instalación en el establecimiento de su ciudad, todo online. Juntos, Internet y las tiendas minoristas, alcanzan los 2.000 millones de euros en ventas a través de operaciones en 18 estados.

Método

Discount Tire tiene dos objetivos fundamentales: dirigir a los compradores al sitio web, en el caso de las ventas directas, y conseguir que un mayor número de compradores visite los establecimientos locales. Las campañas publicitarias basadas en búsquedas de AdWords™ de Google son cruciales para conseguir estos propósitos. AdWords es especialmente efectivo debido a su capacidad de dirigirse de forma precisa a clientes locales con mensajes regionales y de temporada, pero no hay ni una campaña que no se analice.

Como empresa que se rige por los resultados, Discount Tire concentra sus esfuerzos en los indicadores. La empresa cuenta con un analista de datos a tiempo completo y utiliza herramientas de análisis web para determinar la eficacia de todas las campañas basadas en Internet, incluido AdWords. Lo hemos utilizado todo para medir la eficacia de nuestro sitio web y la publicidad en Internet, desde el análisis de archivos de registro al seguimiento de cookies y al etiquetado de píxeles. Lamentablemente, todos estos métodos tenían inconvenientes”, señala Travis Unwin, director administrativo de Blue Ribbon Consulting, la agencia de publicidad online de Discount Tire.

“Los informes de redireccionamiento de Google Analytics son fundamentales para nuestro éxito. Trabajamos constantemente para mejorar la experiencia de los usuarios. Google Analytics nos ofrece los datos que necesitamos para detectar rápidamente el paso del proceso de venta online que falla para poder enmendarlo de forma inmediata”.

En concreto, los analizadores de registros y otras herramientas de análisis debían personalizarse considerablemente para poder funcionar de forma eficaz, lo que mermaba los recursos de TI de Discount Tire. Además, todo lo que Discount Tire probaba, proporcionaba resultados desiguales o poco fiables. Queríamos análisis e informes sofisticados fiables, pero descubrimos que las herramientas que habíamos probado hasta ese momento precisaban muchas modificaciones en cada página web”, comenta Mike Bolland, supervisor de e-Business de Discount Tire. A raíz de estos desalentadores resultados, Discount Tire buscó otra alternativa y decidió probar Google Analytics.

“La publicidad basada en búsquedas, sobre todo en AdWords, es la piedra angular de nuestro enfoque y el área en la que queremos seguir creciendo”.

Travis Unwin
Director administrativo

Resultados – Implementación rápida, mantenimiento asequible

Según Unwin y Bolland, Google Analytics fue fácil de implementar, apenas hubo que personalizarlo y proporcionó los indicadores que la empresa necesitaba al instante. La principal forma de dirigir el tráfico al sitio web es la publicidad basada en búsquedas y palabras clave. Google Analytics se integró fácilmente con las campañas de AdWords y nos aportó indicadores precisos. Además, pudimos etiquetar las URL de destino de las palabras clave con un simple clic. El equipo de Discount Tire configuró fácilmente los redireccionamientos y los objetivos de conversión a través de Google Analytics, en lugar de tener que añadir etiquetas a las páginas del sitio, una ventaja clave que permite mantener el dinamismo del sitio sin que ello repercuta en los recursos de TI.

Google Analytics es mucho más fácil de implementar que otros productos de análisis web que hemos probado”, comenta Unwin. Es prácticamente gratuito, se implementa y mantiene en cuestión de minutos y se pueden cambiar los objetivos y los redireccionamientos al instante”.

Diseño del sitio web simplificado

Desde la implementación de Google Analytics, Discount Tire puede realizar un seguimiento pormenorizado de sus campañas de marketing, incluso del retorno de la inversión de productos concretos. El equipo también puede determinar los patrones de compra de cada consumidor gracias a las funciones de conversión por redireccionamiento y sobreposición del sitio web. Google Analytics proporciona, además, información precisa sobre la navegación del sitio web. Bolland y Unwin supervisan los 10 principales puntos de acceso a cualquier página y realizan un seguimiento del lugar al que se dirigen posteriormente los usuarios para así mejorar la interacción de los clientes con el sitio.

En julio de 2005, Discount Tire comenzó a vender neumáticos y ruedas online. Google Oseguimiento de los resultados de la nueva iniciativa. Por ejemplo, Google Analytics ayudó al equipo a evaluar la eficacia del diseño del sitio web para aumentar las conversiones de ventas. Google Analytics indicó el texto más adecuado que debía presentar el botón de formalización de compra. La frase “Compre y haga su reserva” generó una caída en picado de las ventas. Sin embargo, al cambiar a “Eche un vistazo y haga su reserva”, las ventas online experimentaron un aumento de un 14 por ciento en una sola semana.

El equipo de marketing descubrió también que las personas abandonaban los carritos de la compra si la tienda de su ciudad no disponía de los artículos en stock. Al incluir mensajes que ofreciesen garantías a los clientes de que Discount Tire localizaría y almacenaría el artículo, descendió el porcentaje de abandono para los artículos agotados y las ventas aumentaron un 36%.

Los informes de redireccionamiento de Google Analytics son fundamentales para nuestro éxito”, señala Bolland. “Trabajamos constantemente para mejorar la experiencia de los usuarios. Google Analytics nos ofrece los datos que necesitamos para detectar rápidamente el paso del proceso de venta online que falla para poder enmendarlo de forma inmediata”.

“Cada nuevo dato que obtenemos de Google Analytics nos proporciona 10 nuevas ideas que pueden ayudar a nuestros clientes a encontrar lo que necesitan online”.

Travis Unwin
Director administrativo

Mayor eficacia de las estrategias de marketing a un menor coste

El equipo de marketing utiliza también las pantallas de resumen de rendimiento clave de Google Analytics para mantener informados a los ejecutivos de la empresa del progreso y los resultados de las ventas logradas a partir de la publicidad online. Dada su eficacia y su impacto calculable, Discount Tire destina más recursos al marketing online.

El marketing online se está convirtiendo en un componente cada vez más importante de la estrategia publicitaria de Discount Tire”, asegura Unwin. “La publicidad basada en búsquedas, sobre todo en AdWords, es la piedra angular de nuestro enfoque y el área en la que queremos seguir creciendo”.

Según Matt Greene, presidente de Blue Ribbon, “desde un punto de vista estratégico, Blue Ribbon ha centrado su atención en trabajar codo con codo con sus clientes para conocer mejor el inestimable valor inherente en la publicidad online (además del evidente beneficio que supone la posibilidad de realizar seguimientos y los resultados positivos generados por la búsqueda de Google) para que con el tiempo puedan desviar su inversión en publicidad tradicional hacia la publicidad online. Lo que está claro es que el conjunto de herramientas de Google Analytics permite llevar a cabo este proceso de formación y demuestra los principios en que se basa”.

Datos pertinentes para una mejora continua

En 2006, la empresa tiene previsto aumentar los recursos que destina a la orientación local de acuerdo con la información obtenida mediante Google Analytics. La publicidad local es más económica y Discount Tire será capaz de reducir el tiempo de respuesta si mejora los mensajes que envía a los clientes, se dirige a algunas regiones con anuncios en determinadas temporadas o cambia palabras clave de búsqueda o estrategias de oferta en AdWords para aumentar el tráfico y los resultados. En concreto, la orientación local ha tenido un enorme impacto positivo en las ventas de Discount Tire tanto en el sitio web como en los establecimientos físicos. Según Unwin, la publicidad de búsqueda local es tres veces más efectiva a la hora de generar transacciones online que la campaña nacional, más adecuada para una empresa que lleva a cabo la mayor parte de su actividad empresarial en un establecimiento físico, y no a través de envíos directos a los clientes.

Entre otros proyectos se incluye el de cambiar la lógica de las decisiones de compra del sitio web para ofrecer un método de ventas donde se realicen más consultas y utilizar la publicidad online para ayudar a reforzar la marca Discount Tire. Gracias a Google Analytics, Discount Tire podrá tomar mayores decisiones comerciales al detectar las tendencias y cambiar y reforzar continuamente sus estrategias de marketing.

Cada nuevo dato que obtenemos de Google Analytics nos proporciona 10 nuevas ideas que pueden ayudar a nuestros clientes a encontrar lo que necesitan online”, afirma Bolland. “Google Analytics nos ayuda a dar prioridad a lo que debemos probar en primer lugar y, a continuación, realizar un seguimiento de los indicadores destacados que se generan con cada cambio para cerciorarnos de que nuestras ideas son acertadas. Google Analytics es clave para mejorar continuamente nuestro sitio web y la experiencia de nuestros clientes”.

Acerca de Blue Ribbon Consulting

Creada en enero de 2002, Blue Ribbon trabaja con minoristas, fabricantes y empresas de servicios líderes centradas en desarrollar y utilizar nuevas estrategias de captación de clientes en nombre de sus clientes. Blue Ribbon proporciona un paquete completo de servicios de compra y planificación de comunicación online y posee una dilatada experiencia en marketing de búsqueda, además de otros canales de comunicación básicos, como Display, Internet Yellow Pages, Shopping Comparison, Local Media y canales emergentes como Podcasting y feeds RSS.

