

## CKE Restaurants, Inc. migliora il proprio marchio grazie a Google Analytics.



“È stato un enorme passo in avanti riuscire a recuperare i dati rapidamente, organizzarli in base alla data di ricerca, alle visite, ai clic e confrontare gli intervalli di date”.

**Justin Bain**

Direttore del marketing, Spacedog



### 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).

### Business

La crescita del servizio di ristorazione rapida, ormai presente ovunque, si deve a giovani ed entusiasti imprenditori tra cui il fondatore dei ristoranti CKE, Carl N. Karcher, che ha soddisfatto la richiesta dei clienti americani di pasti rapidi, a buon prezzo e di alta qualità. Nato dalla cultura dell'utilizzo dell'automobile affermatasi durante e dopo la Seconda Guerra Mondiale nella California del Sud, il settore della ristorazione rapida è cresciuto di pari passo con l'espansione del sistema autostradale degli Stati Uniti ed è diventato parte integrante dello stile di vita americano.

Oggi CKE gestisce alcuni dei più noti marchi regionali americani nel settore della ristorazione rapida, compresi i marchi dei ristoranti Carl's Jr., Hardee's, La Salsa Fresh Mexican Grill e Green Burrito. Il sistema CKE comprende oltre 3.200 sedi in 44 stati e in 13 Paesi.

### Approccio

Per la maggior parte delle attività del settore di ristorazione rapida, la creazione dei marchi tramite Internet non riveste un'importanza centrale ma i ristoranti CKE sono un'eccezione. CKE utilizza soprattutto Internet per spingere la conoscenza e la diffusione del marchio. I siti di Carl's Jr. e Hardee's rappresentano per i clienti di CKE spazi interattivi e offrono giochi online, annunci pubblicitari TV, menu interattivi, funzioni per la localizzazione dei ristoranti e informazioni nutrizionali. Inoltre, i siti offrono trailer e video, oltre a concorsi e alla possibilità di vincere omaggi di partner quali New Line Cinema, Motorola e Napster.

Il sito più piccante di CKE su Internet, con 4 milioni di visitatori nelle prime tre settimane è [www.spicyparis.com](http://www.spicyparis.com), dove è disponibile lo spot, troppo audace per la TV, di Paris Hilton che lava un'auto mentre mangia lo Spicy Burger di Carl's Jr. Nel sito sono presenti inoltre video "dietro le quinte" di Paris e una parodia degli spot di Paris Hilton con "sexy Eugene", che dimostra come assumere la persona giusta faccia la differenza.

“Disporre di molti dati è una cosa, ma essere in grado di ordinarli in modo chiaro e di visualizzare i risultati è cosa ben diversa. Google Analytics ha un'interfaccia eccezionale. Apprezziamo molto la visualizzazione grafica globale che consente di vedere l'origine dei visitatori dei nostri siti”.

Il nostro obiettivo è immergere le persone nei marchi di CKE, afferma Dustin Callif, Managing Director di Spacedog, agenzia di marketing interattivo di CKE. “Per garantire il raggiungimento dei nostri obiettivi, abbiamo bisogno di accedere a parametri quali il tempo medio trascorso sul sito web di CKE, i visitatori di ritorno e la qualità delle visite”.

Spacedog disponeva di una soluzione di analisi dei dati web personalizzata, ma che non si è dimostrata all'altezza delle aspettative. “Con la nostra precedente soluzione di analisi e rapporti, per ogni pagina web potevano essere necessari diversi minuti per visualizzare anche i risultati di base quali visite, pagine visualizzate e clic”, spiega

---

“Sospettavamo che la sezione giochi fosse l’area più popolare e con Google Analytics ne abbiamo avuto la conferma; possiamo così aggiungere altri giochi per arricchire l’esperienza offerta dal sito”.

**Justin Bain**  
Direttore del marketing, Spacedog

---

Justin Bain, direttore del marketing di Spacedog. “Dedicavamo così tanto tempo ad accedere ai rapporti che il tempo per l’analisi delle informazioni era pochissimo”.

Alla ricerca di un servizio di analisi dei dati web ad alte prestazioni e con un maggior numero di funzioni, Spacedog si è registrata a Google Analytics. L’agenzia ha immediatamente acquisito le conoscenze necessarie per rendere più efficaci le campagne di marketing e le promozioni di CKE.

### Risultati

È stato facile per il team Spacedog iniziare a utilizzare Google Analytics, soprattutto grazie alla sua interfaccia semplice e di facile utilizzo. “Disporre di molti dati è una cosa ma essere in grado di ordinarli in modo chiaro e visualizzare i risultati è ben diverso”, afferma Bain. “Google Analytics è dotato di un’interfaccia eccezionale. Noi e CKE apprezziamo molto la visualizzazione grafica globale che consente di vedere tutti i luoghi del mondo in cui le persone visitano i siti”.

### Maggiore visibilità, costi minori

Durante le prime settimane della campagna pubblicitaria Spicy Paris, circa 50.000 persone hanno fatto clic sul buono per acquistare lo Spicy Burger e più di 60.000 persone hanno usato la funzione di localizzazione ristoranti. Oltre 60.000 persone hanno inoltrato il video di Spicy Paris ai propri amici. “Questo tipo di marketing, in cui gli utenti condividono e guardano i video, non può essere utilizzato in TV, e ottenere questo tipo di visibilità in televisione costerebbe cifre molto più elevate”, afferma Callif.

### Struttura del sito web ottimizzata

Sulla base dei dati di Google Analytics, Callif e Bain possono conoscere rapidamente le variazioni percentuali di dati quali pagine visualizzate, clic e altri parametri, in modo da misurare il successo delle campagne. Il tempo medio trascorso su ciascun sito è uno dei parametri più importanti per l’agenzia Spacedog. Come sistema di ristorazione rapida, CKE è meno interessata alle percentuali di clic e più al tempo trascorso dagli utenti a interagire con uno dei marchi di CKE. I dati di Google Analytics hanno evidenziato l’area più popolare dei siti di Hardee’s e Carl’s Jr.: quella dedicata ai giochi, dove le persone interagiscono con i giochi online. “Sospettavamo che la sezione giochi fosse l’area più popolare e con Google Analytics ne abbiamo avuto la conferma; possiamo così aggiungere altri giochi per arricchire l’esperienza sul sito”, afferma Bain.

### Attivazione del marketing one-to-one

Quando i visitatori dei siti web di CKE si registrano per concorsi o promozioni, Spacedog acquisisce le loro informazioni in un database. Da qui, può avviare un marketing di relazioni sotto forma di newsletter via email. I siti CKE offrono inoltre coupon, oltre a uno strumento per localizzare i ristoranti. Con Google Analytics, Callif e Bain possono monitorare l’efficacia di ciascuna di queste strategie, cosa che non era possibile in passato.

Google Analytics consente inoltre a Spacedog di monitorare la percentuale di visite di ritorno, fornendo così un indice dell’utilizzo delle promozioni mensili. L’obiettivo è di fare in modo che gli utenti tornino sul sito e inseriscano i propri dati nel database di CKE. Nel mese di settembre 2005, dai dati di Google Analytics è emerso un aumento del 20% dei visitatori di ritorno, mentre il 25% degli utenti che si sono iscritti a concorsi o offerte promozionali ha aderito alle newsletter di CKE.

---

“I clic relativi a registrazioni database, coupon e strumento di localizzazione ristoranti sono più qualificati di altre interazioni sul sito. Grazie a Google Analytics, siamo in grado di acquisire e trarre vantaggio da queste informazioni”.

**Justin Bain**  
Direttore del marketing, Spacedog

---

### Conoscenze più rapide

Quando milioni di utenti hanno fatto clic su spicyparis.com nel corso delle prime tre settimane, Google Analytics ha funzionato in modo impeccabile. “Nonostante il numero elevato di dati gestiti, soprattutto per il video di Spicy Paris, è stato un enorme passo in avanti riuscire a recuperare i dati rapidamente, organizzarli in base alla data di ricerca, alle visite, ai clic e confrontare gli intervalli di date”, afferma Bain. “Abbiamo eliminato i lunghi ritardi che comportava la soluzione adottata in precedenza”.

### Base per le strategie di marketing future

Oltre a inserire dati nel database dei ristoranti CKE, Google Analytics ha consentito ai siti di CKE di operare come laboratorio per la ricerca di mercato e di individuare le funzioni più interessanti che determinano il download dei buoni sconto. Inoltre, Google Analytics consente a CKE di implementare strategie di marketing sperimentali e non tradizionali. Il Web è ancora una voce secondaria nella percentuale di budget destinato al marketing della società, ma i costi di produzione e il costo per impressione sono notevolmente inferiori a quelli delle campagne pubblicitarie televisive”.

A fronte di una minima parte del budget complessivo destinato ai media, sul Web riusciamo ad avere una presenza rilevante”, afferma Brad Haley, vicepresidente esecutivo e direttore marketing di Carl’s Jr. e Hardee’s. “Nel corso dei prossimi 4-10 anni, il budget destinato alla produzione e ai media verrà dirottato sui metodi non tradizionali, quando la pubblicità e le promozioni online diventeranno il nostro strumento principale”.

