



Grazie a Google Analytics, le vendite online di Discount Tire sono aumentate del 14% nella prima settimana.

“Google Analytics è molto più facile da implementare di altri prodotti di analisi dei dati web che abbiamo provato. Ha un costo quasi pari a zero e richiede pochissimo tempo per l’implementazione e la gestione; inoltre, gli obiettivi e le canalizzazioni possono essere modificati all’istante”.

Travis Unwin
Managing Director



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.

Affari

Discount Tire offre agli utenti una vasta gamma di opzioni a prezzi bassi per pneumatici e ruote, in negozi al dettaglio o per l’acquisto su Internet. Nel settore da 40 anni, Discount Tire è il maggiore rivenditore di pneumatici indipendente del Paese, con 600 punti vendita per soli pneumatici e ruote.

Oltre ai negozi al dettaglio, Internet sta diventando uno dei migliori canali di vendita di Discount Tire. Gli acquirenti online possono provare ruote virtuali o vedere come tali ruote si adattano a determinati veicoli grazie a un apposito sistema interattivo. Essi possono inoltre risparmiare tempo e denaro ordinando pneumatici o ruote senza pagare per la spedizione o acquistando pneumatici e fissando appuntamenti per l’installazione presso il proprio negozio locale, il tutto online. Insieme, i negozi su Internet e al dettaglio generano 2 miliardi di dollari di vendite tramite operazioni in 18 stati.

Approccio

Indirizzare acquirenti qualificati al sito web per vendite dirette e fare in modo che più acquirenti si rivolgano ai negozi locali sono obiettivi fondamentali per Discount Tire. Le campagne pubblicitarie AdWords™ di Google basate sulla ricerca sono di fondamentale importanza nel conseguimento di questi obiettivi. AdWords è particolarmente efficace per la sua capacità di rivolgersi in modo preciso a clienti locali con messaggi regionali e stagionali, ma nessuna campagna viene esclusa dalla misurazione.

In qualità di azienda orientata ai risultati, Discount Tire concentra la propria attenzione sui dati. La società si avvale di un analista di dati a tempo pieno e utilizza strumenti di analisi dei dati web per misurare l’efficacia del proprio impegno di marketing basato su Internet, compreso AdWords. “Abbiamo utilizzato qualsiasi cosa, dall’analisi dei file di log al monitoraggio dei cookie, fino alla codifica dei pixel per misurare l’efficacia del nostro sito web e della pubblicità su Internet. Purtroppo, tutti presentavano grossi difetti”, afferma Travis Unwin, Managing Director di Blue Ribbon Consulting, l’agenzia di marketing online di Discount Tire.

“I rapporti sulle canalizzazioni in Google Analytics sono fondamentali per il nostro successo. Lavoriamo incessantemente per migliorare l’esperienza dell’utente. Google Analytics ci fornisce gli strumenti necessari per conoscere rapidamente la fase del processo di vendita online che non funziona e per porvi rimedio immediatamente”.

In particolare, gli analizzatori dei log e altri strumenti di analisi richiedevano una consistente personalizzazione per poter funzionare efficacemente, provocando una fuga delle risorse IT di Discount Tire. Inoltre, qualsiasi strumento provato da Discount Tire provocava risultati confusi e non affidabili. “Volevamo analisi sofisticate e rapporti di cui poterci fidare, ma abbiamo riscontrato che gli strumenti provati richiedevano troppe modifiche per ogni pagina web”, afferma Mike Bolland, supervisor e-business di Discount Tire. Sulla base di questi risultati deludenti, Discount Tire ha cercato un’alternativa e ha deciso di provare Google Analytics.

“La pubblicità basata sulla ricerca, in particolare AdWords, è l’aspetto fondamentale del nostro approccio e del settore che cerchiamo continuamente di incrementare”.

Travis Unwin
Managing Director

Risultati - Avvio rapido, gestione economica

Secondo Unwin e Bolland, Google Analytics è stato facile da implementare, non ha richiesto praticamente alcuna attività di personalizzazione e ha fornito i dati dettagliati di cui la società aveva immediatamente bisogno. Lo strumento principale per indirizzare traffico al sito web è la pubblicità basata sulle parole chiave e sulla ricerca. Google Analytics ha consentito una facile integrazione con le campagne AdWords per una misurazione accurata dei risultati, oltre che la possibilità di codificare gli URL di destinazione delle parole chiave con il clic del pulsante. Il team Discount Tire ha facilmente impostato canalizzazioni e obiettivi di conversione in Google Analytics, anziché dover aggiungere tag diversi alle pagine sul sito web, un importante vantaggio per la gestione del sito dinamico della società senza abusare delle risorse IT.

Google Analytics è molto più facile da implementare di altri prodotti di analisi dei dati web che abbiamo provato, afferma Unwin. “Ha un costo quasi pari a zero e richiede pochissimo tempo per l’implementazione e la gestione; inoltre, gli obiettivi e le canalizzazioni possono essere modificati all’istante”.

Struttura del sito semplificata

Dall’implementazione di Google Analytics, Discount Tire può monitorare le campagne di marketing in maggiore dettaglio, fino al ritorno sull’investimento di specifici prodotti. Il team può inoltre misurare i modelli di acquisto di ogni cliente utilizzando le funzioni di conversione canalizzazione e di overlay del sito. Google Analytics fornisce inoltre utili informazioni sulla navigazione nel sito. Bolland e Unwin eseguono il monitoraggio dei 10 principali punti di accesso di qualsiasi pagina web e seguono i clienti da questi punti per ottimizzare la loro interazione con il sito.

Nel luglio 2005, Discount Tire ha iniziato a vendere pneumatici e ruote online. Google Analytics è stato fondamentale nel consentire allo staff di marketing di monitorare e misurare i risultati della nuova iniziativa. Ad esempio, Google Analytics ha aiutato il team a misurare l’efficacia della struttura del sito nel dare impulso alle conversioni alle vendite. Google Analytics ha individuato il linguaggio più idoneo per il pulsante di checkout. “Acquista e prenota” ha dato luogo a un’enorme riduzione delle vendite, mentre “passa al checkout e prenota” ha provocato un aumento delle vendite online del 14 per cento in una sola settimana.

Il team di marketing ha scoperto inoltre che gli utenti abbandonavano i loro carrelli degli acquisti se determinati articoli non erano in stock presso il negozio locale. Aggiungendo del testo per rassicurare i clienti del fatto che Discount Tire avrebbe riassortito l’articolo, i tassi di abbandono per articoli non in stock sono precipitati e le vendite sono aumentate del 36 per cento.

I rapporti sulle canalizzazioni in Google Analytics sono fondamentali per il nostro successo, afferma Bolland. “Lavoriamo incessantemente per migliorare l’esperienza dell’utente. Google Analytics ci fornisce gli strumenti necessari per conoscere rapidamente la fase del processo di vendita online che non funziona e per porvi rimedio immediatamente”.

Maggiore efficacia di marketing a costi ridotti

Il team di marketing utilizza inoltre schermate chiave di riepilogo del rendimento in Google Analytics per tenere informati i dirigenti dell’azienda sullo stato di avanzamento e sui risultati delle vendite ottenuti con l’impegno di marketing online. Data la sua efficacia e l’impatto misurabile, Discount Tire sta impiegando più risorse nel marketing online.

“Ogni nuova informazione che otteniamo da Google Analytics ci dà 10 nuove idee che possono aiutare i nostri clienti a trovare ciò che cercano online”.

Travis Unwin
Managing Director

Il marketing online sta diventando una parte sempre più importante della strategia di marketing di Discount Tire, ha affermato Unwin. “La pubblicità basata sulla ricerca, in particolare Adwords, è l’aspetto fondamentale del nostro approccio e del settore che cerchiamo continuamente di incrementare”.

Secondo Matt Greene, Presidente di Blue Ribbon, “da un punto di vista strategico, Blue Ribbon ha concentrato la propria attenzione sulla collaborazione con i clienti, per comprendere meglio l’enorme valore intrinseco nel marketing online (oltre ai palesi vantaggi della rintracciabilità e ai risultati positivi generati dalla ricerca); in tal modo, la società può rivedere sempre più gli importi destinati alla spesa per gli annunci offline e riassegnare somme al marketing online. Chiaramente, l’insieme di strumenti di Google Analytics permette questo processo di formazione e fornisce i principi su cui si basa”.

Dati utilizzabili per continui miglioramenti

Nel 2006, la società programma di concentrare maggiormente l’attenzione sul targeting locale sulla base delle informazioni ottenute da Google Analytics. La pubblicità locale è più economica e Discount Tire può rispondere rapidamente perfezionando i messaggi ai clienti, indirizzando annunci stagionali specifici a determinate regioni oppure modificando le parole chiave di ricerca o le strategie di offerta su AdWords per aumentare il traffico e i risultati. Il targeting locale, in particolare, ha avuto un impatto straordinario sulle vendite di Discount Tire sia sul sito web che nei tradizionali punti vendita. Secondo Unwin, il marketing di ricerca locale è tre volte più efficace nella generazione di transazioni online della loro campagna nazionale, il che ha senso per una società che svolge la maggior parte della propria attività in un tradizionale negozio e non tramite spedizione diretta ai consumatori.

I piani supplementari comprendono la modifica della logica decisionale di acquisto sul sito web per facilitare una vendita maggiormente basata sulla consulenza e l’uso di un marketing online per potenziare il marchio Discount Tire. Sulla base delle informazioni fornite da Google Analytics, Discount Tire può prendere decisioni aziendali più ampie individuando le tendenze, nonché forgiando e rafforzando continuamente le proprie strategie di marketing.

Ogni nuova informazione che otteniamo da Google Analytics ci dà 10 nuove idee che possono aiutare i nostri clienti a trovare ciò che cercano online, afferma Bolland. “Google Analytics ci consente di dare priorità a ciò che deve essere provato per primo e quindi di monitorare i parametri che danno buoni risultati riguardanti ciascuna modifica per garantire la correttezza delle nostre supposizioni. Google Analytics è fondamentale per il continuo miglioramento del nostro sito e dell’esperienza dei nostri clienti”.

Informazioni su Blue Ribbon Consulting

Fondata nel gennaio 2002, Blue Ribbon collabora con rivenditori, produttori e società di servizi leader del settore, con una particolare attenzione allo sviluppo e all’utilizzo delle strategie di acquisizione di nuovi clienti per conto dei propri clienti. Blue Ribbon fornisce un pacchetto completo di servizi di pianificazione e acquisto di media online e possiede una vasta esperienza nel settore del marketing di ricerca, oltre ad altri importanti canali di media quali visualizzazione, pagine gialle su Internet, confronto per acquisti, media locali e canali emergenti quali il podcasting e i feed RSS.

