

SEM ile işbirliği yapan Etstur, ziyaretçilerinden elde ettiği geri dönüşleri artırarak marka değerini yükseltti.

Google Analytics Hakkında

Google Analytics, reklamverenlerin ve yayıncıların, Google Analytics'in sağladığı bilgileri kullanarak pazarlama kampanyalarını çok daha verimli, web sitelerini de çok daha etkili kılmalarını sağlamaktadır. Reklamverenler, online pazarlama kampanyalarını optimize ederek, tavsiye kaynaklarını izleyerek, web tasarımıyla içeriğini iyileştirerek ve ziyaretçilerin tercihlerini saptayarak yatırım getirilerini artırabilirler. Google Analytics'in kullanımı kolay arayüzü müşterilerin segmentlere ayrılmasını, en iyi performans gösteren reklam kampanyalarının tanımlanmasını ve kullanıcı tercihlerinin saptanmasını kolaylaştırıyor.

Daha fazla bilgi için google.com.tr/analytics adresini ziyaret edin.

Türkiye'deki en büyük seyahat acentelerinden biri olan Etstur, uçak bileti, paket turlar ve dünyanın pek çok yerinde konaklama hizmetleri sunma konularında uzmanlaşan öncü bir markadır.

Durum

Etstur, bir Google Analytics Yetkili Danışmanı (GAAC) olan SEM'den, web sitelerindeki pazarlama etkinliklerini ve konaklama hizmetlerinin satış performansını izlemesini istedi. Hedef; ziyaretçi memnuniyetini, dönüşümleri ve toplam yatırım getirisini artırmaktı.

Çözüm

SEM, Google Analytics uygulamasını inceledikten sonra izleme kodundaki hataları saptayarak, dönüşüm sürecindeki eksikleri belirlemek amacıyla kayıt işlemleri ve çevrimiçi satışlar için farklı huniler oluşturdu. Bu huniler yakından takip edilerek, dönüşümleri etkileyen engeller veya dikkat dağıtıcı öğeler belirlendi. SEM, gelir kanallarını ve her bir reklam kampanyasının etkinliğini daha iyi anlamak için e-ticaret izlemesi uygulayarak Etstur'un yatırım getirisini inceledi. Daha sonra AdWords kampanyaları, Google Analytics verilerine göre optimize edildi. Böylece, reklam tıklamalarını satışa dönüştüren anahtar kelimeler belirlendi ve reklam bütçesi yeniden düzenlenerek çok daha etkin bir şekilde kullanılmaya başlandı.

Sonuçlar

Etstur, SEM'in önerdiği değişikliklerin yapılmasını takip eden ilk iki ayda pazarlama bütçelerini yeniden düzenledi ve en yüksek dönüşümü sağlayan kampanyalara odaklandı. Sonuç olarak, ziyaretçilerin geri aranma istekleri %24 arttı. Toplam sayfa ziyaretleri ve sitede geçirilen ortalama sürede yaklaşık %22 artış görüldü. İşlemler %233, toplam gelir ise %384 artış gösterdi. Ortalama sipariş değeri %45 arttı. Mali açıdan ifade edilecek olursa, ziyaret başına elde edilen değer, %523'lük bir artışla 0,07 TL'den 0,41 TL'ye yükseldi. Şirketin genişlemesinde ve personel alımı planları incelenirken, bu bilgilerden önemli ölçüde yararlandı.

İkinci iki aylık sürenin sonunda, site trafiği %20 arttı. Ziyaretçilerin geri aranma isteklerinde %2, satışlarda ise %22'lik bir artış görüldü.

"SEM ile işbirliği yapmaya başladıktan sonra, Google Analytics uygulamamızı ve temel performans göstergelerimizi yeniden yapılandırarak yatırım getirimizi (ROI) daha etkili bir şekilde izleyebildik. Böylece, önceki döneme göre %35 daha az harcama yaparak, aynı sayıda ve özellikte hedef kitleye ulaşabildik."

*Cihan Tekbaş,
Etstur Tasarım Müdürü*