

BuildDirect는 Google Analytics를 사용하여 매출을 50% 증가시켰습니다.



“전화를 받는 수고 없이도 회사의 온라인 판매량이 50%나 늘었습니다. 이는 BuildDirect의 지속적인 사이트 디자인 및 마케팅 테스트는 물론 Google Analytics에서 제공하는 유용한 정보 덕분이었습니다.”

Dan Brodie
운영 이사



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.

비즈니스

BuildDirect는 제조업체로부터 제품을 직접 구입하여 전세계 모든 구매자들에게 판매합니다. 1999년 창립해 캐나다 밴쿠버에 본사를 둔 이 회사는 건축자재 부문 전세계 최고의 온라인 무역 도매업체 및 특수 소매업체로 빠르게 성장했습니다. BuildDirect는 바닥재, 지붕재, 창틀, 선반 등의 제품 포트폴리오를 기반으로 6개 대륙 40개국에서 사업을 운영 중입니다. 주문수량 중에는 항구나 내륙 터미널로 컨테이너를 통해 운송되는 수량도 있고 북미지역의 우편주소로 배송되는 화물 운반을 통해 운송되는 수량도 있습니다. 2004년 Profit지는 BuildDirect를 캐나다에서 두 번째로 성장률이 높은 회사로 선정했습니다.

BuildDirect는 완전한 가상 조직이기 때문에 대량의 제품을 더 낮은 비용으로 제공한다는 점에서 전통적인 무역회사보다 훨씬 유리한 위치에 있습니다. 이 회사의 가장 큰 성공요인은 온라인 마케팅 및 광고를 현명하게 활용한 데 있습니다.

과제

회사의 성장 속도는 빨랐지만 경영진은 운영 첫 해 분기당 10억원에 달하는 마케팅 예산으로 온라인 지출의 효율을 높이고자 했습니다.

BuildDirect는 검색 엔진 광고, 이메일 뉴스레터 및 온라인 웹사이트 고객 가입을 결합한 우수한 혼합 마케팅 전략을 내세웠습니다. 이를 위해서는 효과가 있는 전략과 그렇지 않은 전략을 보다 잘 추적하여 실적을 향상시켜야 했습니다.

2004년 BuildDirect는 기존의 분석 패키지를 Google Analytics로 교체했습니다. 하지만 몇 달 후, 운영 이사인 Dan Brodie는 자신들의 이메일 마케팅 채널이 원하는 대로 잘 전환되고 있지 않다고 전해왔습니다. 또한 제대로 전환되지 않는 트래픽 때문에 제3차 검색 엔진에 지출한 비용에 대한 충분한 투자수익(ROI)을 얻지 못하고 있다고 했습니다.

“Google Analytics 교차 세그먼트 성능 분석도구를 사용하여 고객 인구통계를 파악한 뒤로 구매자들에게 꼭맞는 광고문안을 제공할 수 있게 되었습니다.”

결과

Brodie는 “웹 분석은 온라인 회사에게 필수적이며 저희 회사의 경우 운영을 크게 개선시키는 데 가장 중요한 역할을 했습니다”라고 말했습니다. Google Analytics를 사용하여 Brodie는 어떤 광고가 유리한지 확인하고 판매를 이끌어내는 데 뉴스레터와 사이트 디자인이 얼마나 효과적인지 알 수 있었습니다. “전화를 받는 수고 없이도 회사의 온라인 판매량이 50%나 늘었습니다. 이는 BuildDirect의 지속적인 사이트 디자인 및 마케팅 테스트는 물론 Google Analytics에서 제공하는 유용한 정보 덕분이었습니다.”

Brodie는 “Google Analytics를 사용하면서 우리가 사용하는 검색 엔진 중 대다수가 타겟팅된 트래픽을 충분히 제공하지 못한다는 점을 깨달았습니다”라고 말했습니다. 그는 “방문자의 수가 늘는 것도 좋지만 전환, 즉 판매로 이어지는 트래픽에 초점을 두어야 했습니다”라고 덧붙였습니다.

검색광고로부터 보다 나은 결과 얻기

BuildDirect에서 우수 검색 엔진에 광고 지출을 집중적으로 투자한 결과 바로 전환수가 37%나 늘었고, 동시에 전체 검색 마케팅 예산은 33% 줄었습니다. 이후로 이 회사는 전환율이 높은 소스에 대한 검색광고 지출을 높임으로써 계속해서 매우 높은 전환율을 유지하고 있습니다.

보다 효과적인 이메일 광고 캠페인

BuildDirect는 검색광고를 개선하는 것은 물론 자사 사이트에 대한 트래픽을 유도하기 위해 만들어진 이메일 캠페인의 효과를 판단할 수 있었습니다. BuildDirect는 홈 리모델링에 대한 “높은 관심”을 가진 잠재고객의 이메일 목록을 구입하여 한 번에 60-80만 통의 이메일을 보내긴 했지만 전환율이 낮아 여전히 투자수익(ROI)이 낮게 나타났습니다. 하지만 캠페인 모니터링 및 추적에 Google Analytics를 사용한 후 BuildDirect의 이메일 마케팅 전환율은 두 배로 향상되었습니다. Brodie는 “Google Analytics의 교차 세그먼트 성능 분석도구를 사용하여 고객 인구통계를 파악한 뒤로 구매자들에게 꼭맞는 광고문안을 제공할 수 있게 되었습니다”라고 말했습니다.

고객 참여도 향상

Google Analytics 마케팅 최적화 리포트를 사용하여 BuildDirect는 샘플 구입이 판매를 촉진하는 좋은 방법임을 깨달았습니다. Brodie는 “가정에서 샘플을 구입한 구매자의 경우 다음 30일 내에 사이트로 돌아와 실제 주문을 할 확률이 60% 정도 됩니다”라고 말했습니다. 각 고객 세그먼트에 맞게 메시지를 작성하는 것 외에도 BuildDirect는 Google Analytics A/B 테스트 기능을 사용하여 마케팅 접근법을 완벽하게 변모시키고 있습니다. “저희 회사에서 시도하는 모든 변화에 대한 자유 운임, 클릭률(CTR) 및 전환수를 알 수 있도록 각 뉴스레터에서 여러 가지 버전의 광고문안을 테스트하고 Google Analytics를 통해 얻은 결과를 추적합니다.”

사이트 디자인 능률화

마지막으로 BuildDirect에서는 Google Analytics 리포트 데이터를 기반으로 웹사이트 디자인을 최적화할 수 있었습니다. Brodie는 “Google Analytics 사이트 중첩 및 정의된 퍼널 리포트를 사용한 결과 장바구니와 지불 확인 사이의 3단계 과정에서 거의 절반 정도의 고객을 잃게 된다는 사실을 알아냈습니다”라고 말하며, “그래서 이 과정을 한 단계로 줄였습니다. 이 과정을 하나의 페이지로 단순하게 만들면서 샘플 주문이 100% 늘었고 몇 달 안에 수익도 크게 늘 것으로 기대합니다”라고 덧붙였습니다. BuildDirect는 웹 분석을 통해 계속해서 온라인 마케팅 프로그램을 테스트 및 모니터링할 계획입니다. Brodie는 “Google Analytics를 사용하기 전에는 추측을 통해 마케팅 비용을 어떻게 지출할지 결정했습니다. 하지만 이제는 캠페인이 얼마만큼의 수익을 발생시키고 얼마만큼의 효과를 내는지 알 수 있습니다. Google Analytics는 우리의 비즈니스에 매우 긍정적인 영향을 미쳤습니다.”

