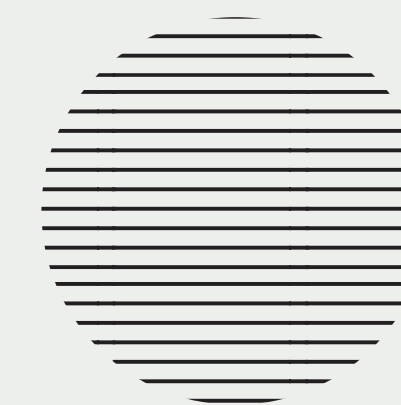




Eniro wyciąga lepsze wnioski i podejmuje bardziej świadome decyzje

dzięki Google Analytics 360, Google Tag Manager i BigQuery





Eniro Polska

- » Eniro zajmuje się kompleksową obsługą firm z branży marketingu internetowego, od optymalizacji wyszukiwarek po tworzenie baz danych.
- » Grupa Eniro od ponad 100 lat pomaga ludziom w wyszukiwaniu lokalnych informacji i łączeniu firm z klientami.
- » Najważniejszą rolą firmy jest dostarczanie kontaktów biznesowych dla zainteresowanych.
- » Najważniejszą marką Eniro Polska jest lokalna wyszukiwarka Panoramafirm.pl, będąca największą i najbardziej aktualną bazą firm działających na polskim rynku.
- » Serwis Panoramafirm.pl umożliwia właścicielom firm posiadanie i dostosowywanie wizytówki swojej firmy poprzez subskrypcję usługi (stając się tym samym „subskrybentami”).
- » Eniro Polska jest częścią globalnej grupy Eniro AB z siedzibą w Szwecji.
- » Siedziba Eniro Polska mieści się w Warszawie.
- » <https://panoramafirm.pl/>
- » <http://www.eniro.pl>



Cele

Poprawa jakości wdrożenia

- » Zwiększenie szybkości wprowadzania zmian w śledzeniu na stronie
- » Stworzenie infrastruktury danych umożliwiającej sprawne i dokładne raportowanie najważniejszych wskaźników dla udziałowców i subskrybentów
- » Częściowe przeniesienie dawnej architektury danych w celu zapewnienia działania wewnętrznego narzędzia BI, z którego korzysta Eniro
- » Demokratyzacja danych - większa dostępność danych dla wszystkich zespołów odpowiedzialnych za podejmowanie decyzji





Podejście

- » Implementacja Google Analytics 360 za pomocą Google Tag Managera 360
- » Wdrożenie rozszerzonego ecommerce w celu bardziej efektywnego śledzenia ekspozycji kart firm
- » Śledzenie wszystkich interakcji użytkowników z wizytówkami firm
- » Użycie integracji Google Analytics i Big Query w celu eksportu niepróbkowanych danych do wewnętrznego narzędzia BI
- » Wykorzystanie BigQuery dla ułatwienia i skrócenia czasu potrzebnego na dotarcie do najistotniejszych danych





Wyniki

- » Czas potrzebny na wdrożenie zmian w śledzeniu zmniejszył się z 14 dni do 1 dnia
- » Ociążenie działu IT firmy Eniro
- » Dokładność pełnego śledzenia wzrosła o 10% (w tym o 15% dla najważniejszych zdarzeń), w porównaniu do poprzedniego systemu analitycznego
- » Więcej osób w organizacji może podejmować decyzje oparte na danych bez pomocy specjalistów, dzięki intuicyjnemu i łatwemu w użyciu interfejsowi Google Analytics
- » Czas uzyskania dostępu do niestandardowych raportów został skrócony z ok. 1 dnia do kilku minut
- » Dzięki planowi opartemu o KPI łatwiej było podejmować decyzje związane z użytecznością strony, aktywnością klienta i zarządzaniem kampaniami i płatnościami. Przełożyło się to na skuteczniejsze angażowanie dotychczasowych klientów oraz wzrost liczby konwersji o 10-20%





Zasięg:
Polska

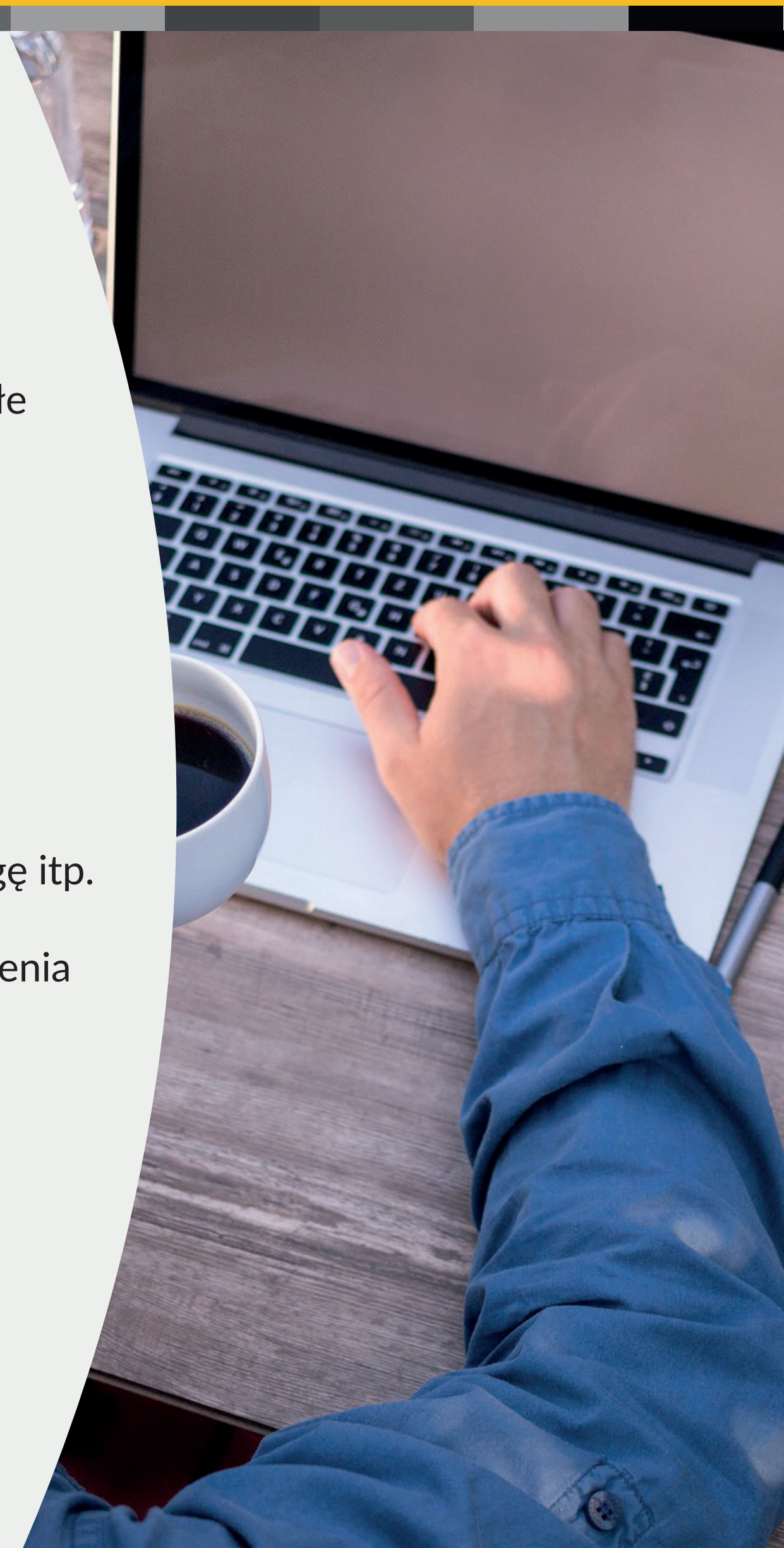


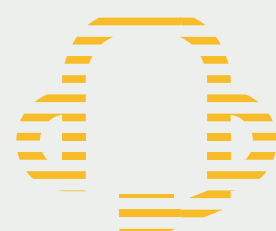
Historia

Każdego dnia w Polsce rejestrowanych jest ponad 1500 firm. Większość z nich jest umieszczana w bazie danych Eniro. Jest to najszybszy i najprostszy sposób, aby małe i średnie firmy pojawiły się w Internecie. Co więcej, ponad 60 000 firm zwiększa widoczność w Internecie, korzystając z usług marketingu cyfrowego i produktów dostarczanych przez firmę Eniro, takich jak SEO, responsywne witryny i kampanie remarketingowe. Głównym celem Eniro jest zwiększenie ruchu na stronie, a także poprawa lojalności i zadowolenia subskrybentów, co przekłada się na liczbę użytkowników korzystających z wizytówek dostępnych w Panoramie Firm.

Zespół Eniro chciał dowiedzieć się więcej o zachowaniu użytkowników na stronie: o tym, jak wchodzą w interakcje z listami i wizytówkami firm, co przyciąga ich uwagę itp. Aby zdobyć te informacje, potrzebowali bardziej zaawansowanego i elastycznego systemu analitycznego i tagowania, które umożliwiłyby dopasowanie zakresu śledzenia i danych do ich potrzeb.

To doprowadziło Eniro do współpracy w zakresie analityki internetowej z agencją Bluerank, autoryzowanym sprzedawcą Google Analytics 360.





Migracja do nowej technologii

Zaistniała potrzeba zamiany poprzedniego narzędzia analitycznego na Google Analytics 360. Wyzwanie polegało na odtworzeniu architektury danych przy użyciu nowej technologii, ale także przełączeniu narzędzia w sposób, który nie wpływałby na ciągłość raportowania dla subskrybentów.

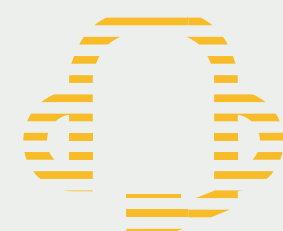
Aby było to możliwe, Bluerank wspierał Eniro przy tworzeniu struktury śledzenia i implementacji tagów za pomocą GTM. Łatwe testowanie i debugowanie sprawiło, że migracja przebiegła szybko i bezbłędnie. Wykorzystanie systemu zarządzania tagami zmniejszyło zapotrzebowanie na wsparcie działu IT i skróciło czas potrzebny do śledzenia zmian z 14 do zaledwie 1 dnia.

Do tego czasu zespół Eniro codziennie pobierał dane z narzędzi analitycznych i przysyłał je do systemu raportowania udostępniającego panele raportowe dla subskrybentów. Integracja Google Analytics 360 z BigQuery umożliwiła natychmiastowy i automatyczny eksport niepróbkowanych danych, które można łatwo importować do narzędzia BI w Eniro.





Zasięg:
Polska



Migracja do nowej technologii

Nowa konfiguracja zaplecza analitycznego okazała się nawet o 15% dokładniejsza w porównaniu do poprzedniego systemu śledzenia. Co więcej, zakres gromadzonych danych można teraz łatwo rozszerzyć, aby lepiej opisywać cele biznesowe Eniro.



„Uważam, że podstawową wartością, którą widzimy w implementacji GA jest możliwość korzystania z dostosowanych niestandardowych wymiarów i danych, które odpowiadają naszym potrzebom biznesowym. Możemy śledzić parametry, które odpowiadają naszym KPI dla biznesu”

*Magdalena Wypychowicz,
dyrektor ds. Strategii rozwoju rynku, Eniro*



Demokratyzacja danych i decyzje oparte na danych

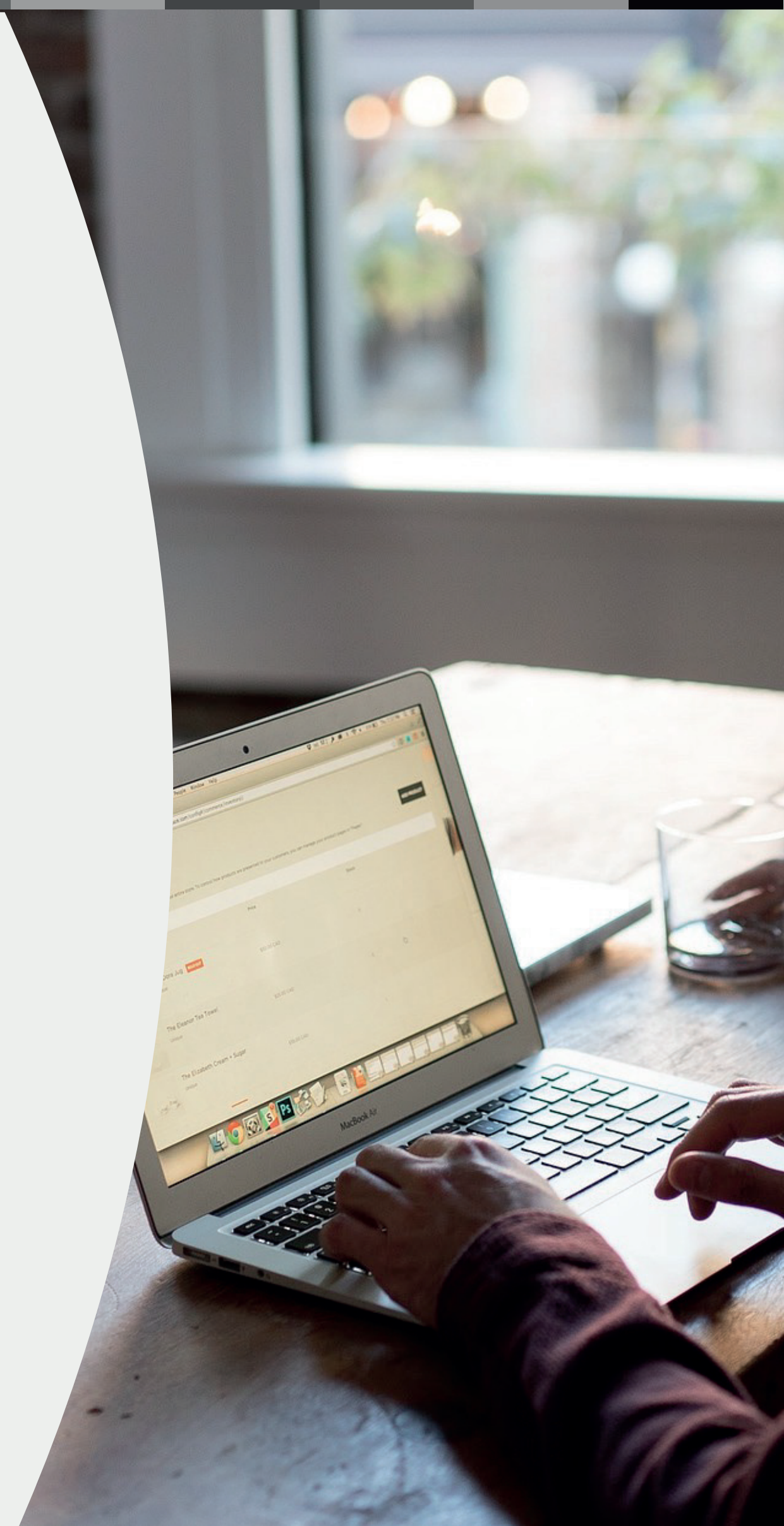
Google Analytics 360, GTM i BigQuery w pełni umożliwiają Eniro dostęp do pełnych, dokładnych, przydatnych, a także niestandardowych danych.



„Narzędzie jest bardziej intuicyjne (niż poprzednie) i więcej osób może z niego korzystać samodzielnie, bez pomocy specjalistów”

*Magdalena Wypychowicz,
dyrektor ds. Strategii rozwoju rynku, Eniro*

Działy marketingu i rozwoju sieci mają natychmiastowy dostęp do skuteczności kampanii i danych o zachowaniach użytkowników. Mogą podejmować decyzje oparte na danych przy jednoczesnym zachowaniu precyzji i oszczędności czasu.





Zasięg:
Polska



“Wdrożenie Google Analytics 360 wpływa również na nasze decyzje biznesowe dotyczące funkcjonalności i użyteczności serwisu Panoramafirm.pl. Możemy lepiej zrozumieć, co działa, a co nie, znamy konkretną liczbę zaangażowanych użytkowników oraz wiemy z jakich źródeł nastąpiły ich wizyty. Posiadamy również dokładne informacje o działaniach, dokonywanych w witrynie. To wszystko inspiruje nas do wprowadzania zmian i ciągłej optymalizacji witryny, w sposób wpływający na komfort korzystania i natężenie ruchu. Wspieramy kluczowy cel - odnowienie subskrypcji. Chociaż jest to skomplikowany proces, wiemy, że jest to pozycja obowiązkowa dla firm internetowych”

- mówi Magdalena Wypychowicz. Stwierdza również, że nowy system analityczny wpłynął na zdolność działu generującego leady sprzedażowe do odpowiedniego śledzenia kampanii online i ich optymalizację za pomocą danych Google Analytics.

“Szacujemy, że dzięki analityce w nadchodzącym roku uda nam się osiągnąć wzrost w generowanych leadów sięgający 10-20%.”