



Regus, 160'ın üzerinde masaüstü ve 20'nin üzerinde mobil sitede Google Etiket Yöneticisi'ni uygulayarak etiketlemeyi global olarak standart hale getirdi ve verimlilik ile bilgi açısından büyük kazançlar elde etti

Regus

- www.regus.com

Hedefler

- Yeni etiketlerin ve etiket değişikliklerinin daha hızlı uygulanması
- Geliştiricilerin etiketleme için harcadıkları sürenin azaltılması
- Bilgilerin artırılması ve optimizasyon işlemlerinin iyileştirilmesi

Yaklaşım

- Google Etiket Yöneticisi'nin kullanılması
- Tüm web öğelerinde etiketlemenin standart hale getirilmesi
- 160'ın üzerinde masaüstü sitenin, 20'nin üzerinde mobil sitenin, binlerce site dışı tıklama başına ödeme sayfasının, yüzlerce pazarlama açılış sayfasının ve daha fazlasının kapsanması

Sonuçlar

- Etiketleri yönetmek için gerekli sürenin aylardan saatlere indirilmesi
- Yeni etiketleri uygulamak için gerekli kaynağın üç kişiden bir kişiye indirilmesi
- Google Analytics'in en yeni sürümüne geçişin kolay hale getirilmesi
- 110 web mülkünde Arama Ağı Reklamları için Yeniden Pazarlama Listeleri'nin kolayca uygulanarak bazı ülkelerde edinme başına maliyetin %25 oranında azaltılması
- Google Arama Metrikleri etiketlerinin uygulanmasının kolaylaştırılarak yatırım getirisinin daha iyi anlaşılabilmesi

750 şehirde 2000 merkeze sahip olan Regus, dünyada esnek çalışma alanları sunan en büyük sağlayıcıdır. Tüm dünyada 160'ın üzerinde web sitesine sahiptir ve 40 dilde kampanyaya özel binlerce açılış sayfası sunar. Birçok büyük işletmede olduğu gibi, Regus da trafiği ve ziyaretçi davranışını ölçmek, pazarlama faaliyetlerinin etkisini anlamak, sitelerini test etmek ve geliştirmek için, küçük web kodu parçacıkları olan etiketler yerleştirmektedir.

Regus'un dijital portföyünün karmaşıklığı, etiketleme işleminin bir yük haline geldiğini gösteriyordu. Her yeni etiket ekleme veya mevcut bir etiketi değiştirme işlemi oldukça fazla zaman ve kaynak gerektiriyordu. "Ayrıntılı bir değişiklik isteği yazmamız, kodu sağlamamız, yayın tarihi almak için haftalarca beklememiz, test aşamasına geçmemiz gerekiyordu ve ardından etiket en sonunda sitede yayınlanıyordu" diyor Regus Group Dijital Reklamcılık Direktörü Guy Hancox. "Bu, site davranışıyla ilgili yeni bilgilerin alınmasının genellikle iki aydan daha uzun sürdüğü ve siteyi geliştirmek için kullanılabilecek değerli teknik kaynakların boşa harcandığı anlamına geliyordu."

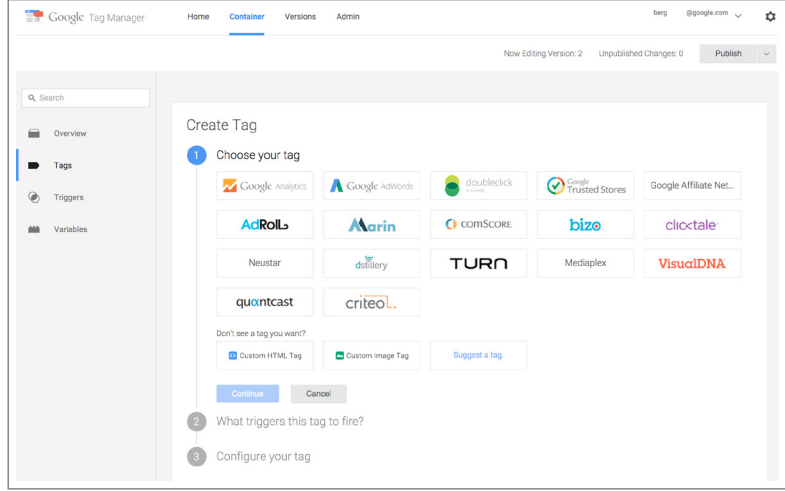
Kurtarıcınız Google Etiket Yöneticisi

Pazarlama ekibi, geliştirme ekibine bağlı hareket etmek veya etiketleri uygulamak üzere yayınlar için beklemek istemiyordu. Burada ideal çözüm, ücretsiz, dünya genelinde kullanılabilir ve uyumlu üçüncü taraf etiketleri olabilirdi. Seçenekleri inceledikten sonra, Regus, Google Etiket Yöneticisi'ni uygulamayı seçti. "Google Etiket Yöneticisi en çok kullanılan etiket yönetim sistemi ve dolayısıyla tüm sağlayıcılarımızın etiketleri bu araçta çalışacak şekilde tasarlanıyor. Ayrıca, bu araç, kullandığımız diğer tüm Google ürünleriyle sorunsuz entegre oluyor" diyor Pazarlama Web Analizi Uzmanı Dimitri Terhout.

Google Etiket Yöneticisi artık Regus'un tüm web öğelerinde (160'ın üzerinde masaüstü site, 20'nin üzerinde mobil site, binlerce site dışı tıklama başına ödeme sayfası, yüzlerce pazarlama açılış sayfası ve daha fazlasını içerir) kullanılmaktadır. "Google Etiket Yöneticisi'ni uygulamak çok kolaydı" diyor Dimitri Terhout. "Sitemizin her sayfasına sadece tek bir kod birimini kopyalamak gerekiyordu ve bunu da geliştirme ekibimiz halletti."

Google'dan aldıkları küçük bir eğitimden sonra pazarlama ekibi bu kolay aracı hemen kavradı ve uygulamaya başladı. Şu anda ekip, BT departmanına birbiri ardına istek fişi göndermek yerine tüm etiketleri Google Etiket Yöneticisi web arayüzünden yönetiyor ve bağımsız olarak etiket yerleştirebiliyor. Daha önce etiket uygulama işlemi için bir geliştirici, bir pazarlamacı ve bir de kullanıcı kabul testi uzmanı gerekiyken bu görev artık tek bir kişi tarafından sadece bir saatte tamamlanabiliyor.

“Google Etiket Yöneticisi’ni ve Google Analytics’i her ölçekten işletmeye tüm kalbimle tavsiye ediyorum. Bu araçların sunduğu güç sayesinde çok büyük adımlar atarak ilerleme kaydettik.”
— diyor Regus Group Dijital Reklamcılık Direktörü Guy Hancox



Yukarı: Google Etiket Yöneticisi, Regus’un yeni etiketleri dakikalar içinde uygulamasına ve yapılandırmasına olanak tanıyor

“Bu, dahil olduğumuz tüm büyük pazarlarda ve tüm platformlarımızda kapsamlı bir optimizasyon programının temelini oluşturuyor” diyor Dimitri. “Bu etiketlerden herhangi birini aynı gün içinde etkinleştirebiliyor, değiştirebiliyor veya silebiliyoruz. Ayrıca, tüm dünyada gerçekleşen testlere dair anlık bilgileri çok sayıda dahili müşteriye iletebiliyoruz.”

Sonuç, büyük resim

Google Etiket Yöneticisi sayesinde Regus, hâlihazırda işletme üzerinde somut bir etkiye sahip olan reklamcılık performansını ölçmek için ideal donanıma sahip oldu. “Google Etiket Yöneticisi’nden önce, optimizasyon programımıza ihtiyacımız olan dönüş hızını kazandırmaya çalışıyorduk çünkü siteme yeni etiketlerin ve etiket değişikliklerinin uygulanmasını beklerken sık sık gecikmeler yaşıyorduk. Zaman kaybı, para kaybı anlamına geliyordu” diyor Guy. “Tüm dünyada, potansiyel müşteriler yılda milyonlarca lira sağlıyor. Bu nedenle, %0,1 oranındaki her ek dönüşümün kâr hanemizde dev bir etkisi var. Kaç ay erken gelişme kaydedebilirsek işletmemiz o kadar fazla gelir elde ediyor.”

Regus ekibi artık, uygunluğundan ve yüksek kalitesinden emin oldukları analiz uygulamaları sayesinde, tüm global sitelerine ait verileri doğru bir şekilde karşılaştırabileceklerini biliyor. Avantajlar bununla da bitmiyor. Kendi analizlerinde kullanılmak üzere çevrimdışı verileri alabilmek için Regus kısa süre önce Google Analytics’ten Universal Analytics’e geçti. Ayrıca, Google Etiket Yöneticisi sayesinde bu geçişi kolayca gerçekleştirdi. Yeni, kolaylaştırılmış etiketleme işlemi, şirkete yeniden pazarlama etiketlerini uygulamada da kolaylık sağladı. Şu anda Regus, 110 web mülkünde Arama Ağı Reklamı için Yeniden Pazarlama Listeleri’ni kullanıyor ve bu sayede bazı ülkelerde edinme başına maliyetin %25 oranında azalmasını sağlıyor.

Son olarak, Regus şu anda Google Arama Metrikleri’ni kullanıyor. Web sitesi ziyaretlerinden kaynaklanan telefon aramaları daha önce asla düzgün bir şekilde izlenemiyordu. Ancak, Google Etiket Yöneticisi tarafından yerleştirilen basit bir etiket artık bunu mümkün kılıyor. Genel olarak, daha iyi ve daha kolay etiketleme, Regus’un, reklamcılık faaliyetlerinin etkisine ilişkin resmin bütününe görmesini sağlıyor. Bu da, optimizasyonu artırarak gelecek başarıları beraberinde getiriyor.