

ÖRNEK OLAY

Google Analytics Premium ve BigQuery entegrasyonu, Skyscanner'ın elde ettiği bilgileri ve verimliliği artırdı



Skyscanner, önde gelen bir global seyahat arama şirkettir ve tüm dünyada uçuş, otel ve araç kiralama alanlarında hizmet vermektedir. 2003 yılında kurulan şirket, web siteleri ve mobil uygulamaları aracılığıyla her ay 40 milyondan fazla insana en iyi seyahat seçeneklerini bulma konusunda yardımcı oluyor.

Skyscanner, anonim hale getirilmiş tüketici davranışını, Google Analytics Premium web arayüzündeki standart raporlarla (ve hatta raporlama API'leriyle) mümkün olandan daha ayrıntılı bir şekilde anlamak istedi. Skyscanner Veri Ekibinin Baş Analisti Mark Shilton şunları söylüyor: "Bu yöntemler yüksek düzey analiz ve standart pazarlama raporları için işe yarıyordu, ancak daha fazla bilgi edinmek ve ürünlerimizi daha iyi optimize etmek için verileri daha ayrıntılı bir şekilde incelemek istiyorduk."

Örneğin şirket, kullanıcıların zaman içinde Skyscanner ile nasıl etkileşime girdiğini anlamak için ayrıntılı gruplar oluşturmak istiyordu. Ayrıca, şirketteki farklı ekipler, kendi sorumluluk alanlarına giren işlevlerin performansını anlamak istiyordu. Bunu yapabilmek için yalnızca genel dönüşüm oranını anlamaları yetmiyordu. Belirli bir işlevle etkileşime

"Google Analytics Premium ile BigQuery'yi entegre etmemizden bu yana, bu veri kaynağı, analiz araç setimizin temel bir parçası haline geldi. İhtiyaç duyduğumuz kesin verileri daha hızlı ve daha doğru bir şekilde alabiliyoruz."

Hakkında

- Önde gelen global seyahat arama şirketi
- 2003'te kuruldu
- www.skyscanner.net

Hedefler

- Tüketici davranışıyla ilgili daha ayrıntılı bilgi edinme
- Analizleri hızlı ve verimli bir şekilde yapma
- Ürünleri optimize etme

Yaklaşım

- Google Analytics Premium ile BigQuery entegre edildi
- Bunlar, Tableau ve Python gibi diğer araçlarla birlikte kullanıldı
- Tek seferlik araştırmalar ve günlük gösterge tabloları kullanıldı

Sonuçlar

- Hızlandırılmış iş akışı
- Daha ayrıntılı bilgilere daha hızlı ulaşılabilir
- Son altı ayda akıllı telefon ve tablet cihazlardaki dönüşüm oranları %30 ila %40 arttı

ÖRNEK OLAY

geçen kullanıcıların dönüşüm davranışıyla, işlevi kullanmayanların davranışını karşılaştırmaları gerekiyordu. Skyscanner; spesifik pazarlar, cihaz türleri ve pazarlama kanallarıyla ilgili ayrıntılı bilgiler de edinmek istiyordu.

Daha ayrıntılı bilgiler için bir plan oluşturma

Skyscanner, tüm bu ihtiyaçları Google Analytics Premium ve BigQuery entegrasyonu ile karşılamayı seçti. Entegrasyon, şirket genelindeki birçok ayrıntılı araştırma için başlangıç noktası oldu. Örneğin analistler ve mühendisler, kullanıcıların Skyscanner'a ne sıklıkla döndüğünü ve müşteri yolculuğunun hangi aşamalarında hangi kanalların en etkili olduğunu anlamak için artık grup analizleri yapıyor. Mark şunları söylüyor: "Bu türden bir analiz, pazarlama faaliyetlerimizi çok daha ayrıntılı bir şekilde anlamamızı sağlıyor ve gelecekte benimseyeceğimiz strateji ile yapacağımız harcamalara yön veriyor."

Mark, BigQuery'yi Tableau ve Python gibi araçlarla birlikte kullanmanın, Skyscanner'ın analizleri öncesine kıyasla çok daha hızlı ve verimli bir şekilde yapmasına yardımcı olduğunu söylüyor. "Önceden, doğrudan Google Analytics Premium'dan bir Tableau gösterge tablosuna aktarılan spesifik kullanıcı segmentlerine dayalı tamamı örneklenmemiş bir rapor almak zordu. Şimdiyse sorguyu yazmak, Tableau'da verileri otomatik olarak güncelleyecek bir bağlantı oluşturmak ve gösterge tablosunu şirketin geri kalanıyla paylaşmak yeterli."

Esnek bir araç kombinasyonu kullanmanın diğer önemli bir avantajı da maliyetleri izleyebilmek. Mark şunları söylüyor: "Verilerin düzenli olarak toplanması ve segmentlere ayrılması gerektiği durumlarda, aynı veriler için BigQuery veri kümesinin tamamında birden çok sorgulama yapmanın potansiyel maliyetini göz önünde bulundurmalıyız. Bunu en aza indirmek için, toplama işlemlerini sorgulama açısından çok daha uygun maliyetli daha küçük yeni tablolar şeklinde otomatikleştirmek üzere Python komut dosyaları kullanıyoruz."

Skyscanner önünü net bir şekilde görebiliyor

Google Analytics Premium ile BigQuery'yi bir arada kullanmak, Skyscanner'ın ham verileri tüketici davranışıyla ilgili ayrıntılı bilgilere dönüştürme becerisini inanılmaz ölçüde değiştirdi. Mark şunları söylüyor: "BigQuery'yi tek seferlik araştırmalardan günlük gösterge tablolarına kadar uzanan farklı analizler için kullandık. Her durumda, iş akışımızı hızlandırdı ve daha kısa sürede daha fazla bilgiye ulaşmamızı

Google Analytics Premium

ÖRNEK OLAY

sağladı. Hızlı tempolu İnternet ekonomisinde bu çok önemli. Analistler, bir veya birkaç örnekleme API raporu oluşturup bunları planlamak yerine artık BigQuery’de sorgulama yapıp sonuçları neredeyse anında alabiliyor.”

Mark şöyle diyor: “BigQuery, pazarlamanın etkisini sitedeki değişikliklerin etkisinden izole etmemizi de daha kolay hale getirdi. Dönüşüm hunisindeki spesifik sayfaların dönüşüm oranlarına odaklanan sorgular yazarak trafiğimizi daha iyi bir şekilde segmentlere ayırabiliyoruz. Spesifik pazarlama kampanyaları, dönüşüm hunisinin belirli kısımlarına kadar gelen kullanıcılar veya yeni işlevlerle etkileşime geçen kullanıcılar gibi farklı kaynaklardan gelen trafiği ayırabiliyoruz. Kullanıcı davranışını bu şekilde daha iyi anlayabilmemiz, web sitelerimizde genel dönüşüm oranlarını artırmamızda önemli bir rol oynadı. Bu, özellikle de mobil cihazlar için geçerli. Son altı ayda akıllı telefon ve tablet cihazlardaki dönüşüm oranlarında %30 ila %40 artış elde ettik.”

Skyscanner, standart raporlama işleviyle mümkün olmayan makine öğrenimi destekli analizler için kullanıcıları segmentlere ayırmak, kümelemek ve sınıflandırmak üzere bu verilerin nasıl kullanılabileceğini araştırmayı planlıyor.

Google Analytics Hakkında

Google Analytics, şirketlere web siteleri, kitleleri ve dijital pazarlama çalışmalarıyla ilgili zengin bilgiler sunar. Güçlü, esnek ve kullanımı kolay olan Analytics, deneyimli pazarlamacıların en iyi sonuçları sağlayacak mesajları ve kanalları tespit etmesine yardımcı olur. Son teknoloji ürünü dönüşüm ilişkilendirme ve test araçları, büyük küçük tüm şirketlerin daha iyi kullanıcı deneyimleri oluşturmalarına ve dijital stratejilerini en üst düzeye çıkarmasına yardım eder. Daha fazla bilgi edinmek için google.com/analytics/tr-TR/ adresini ziyaret edin.