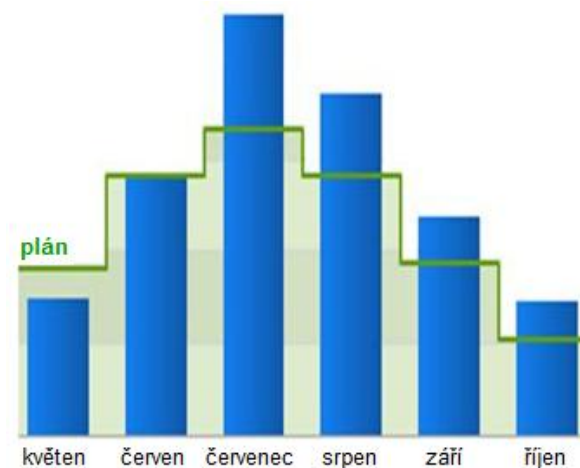


ČSOB Pojišťovna používá Omniture



ČSOB Pojišťovna lépe porozuměla svým
zákazníkům a díky Omniture SiteCatalyst
splnila letní plán online prodeje
cestovního pojištění.

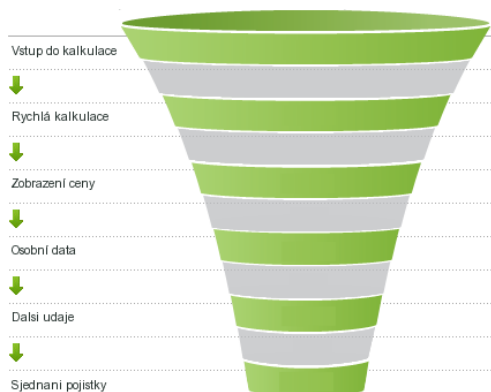


Výchozí situace klienta

ČSOB Pojišťovna nás oslovila s požadavky na řešení těchto potřeb:

- Lépe měřit a vyhodnocovat výsledky reklamních kampaní na internetu, jelikož Google Analytics již nevyhovoval pro podrobnější analýzy.
- Lépe porozumět nákupnímu cyklu a chování potenciálních zákazníků na webu pojišťovny.
- Optimalizovat komunikaci na webu a personalizovat nabídku produktů.

Přínosy pro klienta



1. Snadný přístup k datům o kampaních a prodeji v reálném čase.
2. Komplexní reporting z různých zdrojů dat na jediném místě.
3. Přizpůsobení nástroje konkrétním potřebám pojišťovny prostřednictvím vlastních reportů a KPIs.
4. Možnost realizovat sofistikované marketingové kampaně a maximálně je vytěžit díky pokročilé segmentaci a atribučnímu modelu.
5. Zvýšení prodeje cestovního pojištění a povinného ručení.

Díky implementaci Omniture SiteCatalyst má ČSOB Pojišťovna k dispozici vždy aktuální reporting o kampaních a prodeji na webu a zároveň má mnohem více dat pro podrobnější analýzy a vyhodnocení.

Nasazení Omniture SiteCatalyst

Analýza a implementace

Na začátku spolupráce jsme společně s klientem definovali, jaké metriky a KPIs se budou sledovat a vyhodnocovat, jaké informace o návštěvnících se budou sbírat a které akce na webu budou měřeny.

Omniture SiteCatalyst jsme tak nastavili dle konkrétních potřeb ČSOB Pojišťovny.

Integrace s kampaněmi

Omniture SiteCatalyst jsme propojili se systémy pro správu PPC kampaní a mediaplány.

Ověření správné implementace systému

Poté jsme provedli kontrolu implementace systému (*tag audit*) a otestovali sběr požadovaných informací o návštěvnících webu a akcích na webu.

Školení a support

Pro plnohodnotné využívání Omniture SiteCatalyst jsme provedli školení v používání systému, vyhodnocování získaných dat a jejich dalším využití. I nadále zůstáváme klientovi k dispozici pro zodpovězení jeho otázek a řešení uživatelských problémů.

Následující kroky

Rozvoj

Na základě získaných dat a nových požadavků klienta pokračujeme v rozvoji implementace systému (integrace se CRM, sběr dat z online kalkulačí atp.) tak, aby co nejlépe odpovídal specifickým potřebám ČSOB Pojišťovny.

Analytické a optimalizační služby

Nad získanými daty také provádíme konverzní a segmentační analýzy s cílem optimalizovat web a zvýšit výkonnost online marketingu pojišťovny. Připravujeme také speciální reporty a analýzy chování zákazníků.

Po implementaci Omniture jsme začali sledovat chování uživatelů webu zcela jinou optikou, než jsme byli doposud zvyklí. Omniture nám umožnil optimalizovat reklamní kampaně a zvyšovat rentabilitu vložených prostředků díky správnému a efektivnímu vyhodnocení online marketingových aktivit.

Díky spolupráci s Optimics jsme získali výrazně lepší náhled do chování online zákazníků.

Michaela Beranová
Internet Marketing Specialist, ČSOB Pojišťovna

Co je Omniture SiteCatalyst?

Omniture SiteCatalyst je jedním z nástrojů z balíku pro webovou analytiku a optimalizaci online marketingu.

Po akvizici Omniture v roce 2009 je nyní součástí

Adobe Online Marketing Suite.

Kdo je Optimics?

Optimics je první firma v ČR specializovaná na optimalizaci obchodní výkonnosti webu, online reklamy a webovou analytiku. Je partnerem Omniture pro Českou republiku.

Více na www.optimics.cz

Kontakt

Nechte si od nás naživo předvést možnosti Omniture SiteCatalyst.

Kontakt: Jiří Brázda

Mobil: (+420) 602 345 620

Email: jiri.brazda@optimics.cz

Web: www.optimics.cz