



MARVIPOL CASE STUDY

 up & more



**Nowy poziom analityki
Efektywniejsze dotarcie**

MARVIPOL[®]
development

Klient: MARVIPOL

Działania: Integracja analityki online



SYTUACJA WYJŚCIOWA

MARVIPOL[®]
development

Marvipol

Dla tych, którzy chcą od życia więcej

Spółka Marvipol S.A. to warszawski developer, który realizuje własne, kompleksowe projekty inwestycyjne w branży mieszkaniowego budownictwa wielorodzinnego. W 2008 roku firma zadebiutowała na Warszawskiej Giełdzie Papierów Wartościowych.

W przypadku działań marketingowych w branży developerskiej wyzwaniem jest nie tylko bieżące monitorowanie leadów i ich źródeł, ale przede wszystkim poprawność oraz jakość pozyskiwanych kontaktów. Dzięki temu analiza efektywności kanałów online przechodzi z płytkiego poziomu formularza, do zaawansowanej weryfikacji offline. **Dzięki pozyskaniu jakościowych kontaktów klient mógłby lepiej zrozumieć media online oraz podejmować lepsze decyzje biznesowe.**

Podstawowym źródłem wiedzy o działaniach online, oprócz wewnętrznych systemów CRM, był dla Marvipol S.A. Google Analytics. Skonfigurowane cele pozwalały na weryfikację liczby wpływających leadów. Ponadto klient korzystał z SALESmanago – systemu marketing automation wdrożonego na poziomie cookies ze stron www.



Wyzwanie

Założeniem naszej współpracy było usprawnienie procesów analitycznych, aby w pełni wykorzystać możliwości platformy **SALESmanago** oraz znalezienie sposobu na **połączenie danych pozyskiwanych przez Google Analytics z danymi z SALESmanago**, a następnie z danymi personalnymi w **CRM**.

Integracja danych miała otworzyć drogę do mierzenia efektywności mediów na poziomie wykraczającym poza online. **Do tego celu koniecznym stało się wdrożenie API SALESmanago, a także użycie niestandardowych wymiarów w Google Analytics.**

MARVIPOL[®]
development



Google
AdWords

&



SALES
MANAGO



REALIZACJA

Pierwszym krokiem przy realizacji projektu była implementacja wszystkich formularzy z API SALESmanago w taki sposób, aby dane na karcie kontaktu spływały w czasie rzeczywistym i zawierały pełne informacje o: danych personalnych, adresie e-mail, numerze telefonu, nazwie i lokalizacji inwestycji. Dodatkowo każdy lead otrzymywał unikalne ID.

Drugim krokiem była implementacja niestandardowego wymiaru w Google Analytics, który był tym samym ID, który został użyty w SALESmanago. Dzięki temu możliwe było połączenie danych on-site z analizą użytkownika w SALESmanago.

Następnie każdy handlowiec pracujący na systemie marketing automation mógł oznaczyć kontakt odpowiednim, kluczowym z punktu widzenia efektywności, tagiem: potwierdzone dane, umówione spotkanie, wysłana oferta czy podpisana umowa przedwstępna. Dane te mogły być zestawione z danymi Google Analytics: źródło, medium, słowo kluczowe, kreacja.

MARVIPOL[®]
development





Efekty

Przeprowadzone działania wprowadziły analitykę kampanii online firmy Marvipol na nowy, bardziej zaawansowany poziom. Uporządkowaliśmy dane w systemach analitycznych wykorzystywanych przez klienta (Google Analytics oraz SALESmanago), dzięki czemu każdy lead może być obecnie weryfikowany w czasie rzeczywistym pod kątem:

- **źródła/medium,**
- **ścieżki atrybucji,**
- **jakości i poprawności przesyłanych danych.**





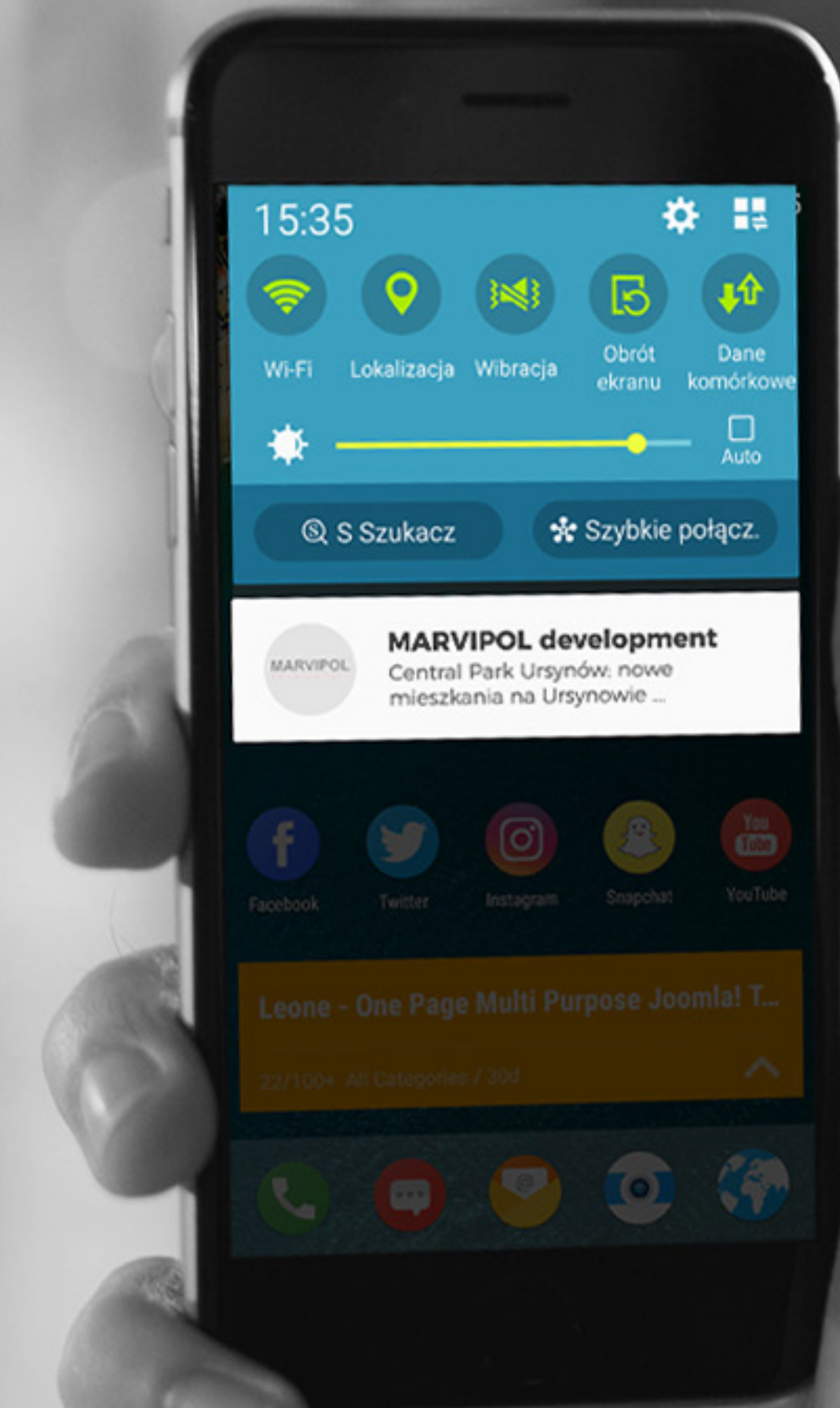
Efekty

Praca na uporządkowanych kartach kontaktu w SALESmanago stała się łatwiejsza, co było punktem wyjścia do dalszego, bardziej zaawansowanego wykorzystania możliwości tego systemu:

- **zautomatyzowanej komunikacji e-mail na podstawie dotychczasowych aktywności,**
- **zautomatyzowanej komunikacji SMS na podstawie dotychczasowych aktywności,**
- **segmentacji użytkowników (inwestycja, lokalizacja, preferencja dotycząca metrażu czy ceny),**
- **kampanii opartych o lejki sprzedażowe.**

Połączenie danych z obu systemów pozwoliło na precyzyjniejszą analizę i ocenę efektywności kampanii online. Dzięki temu możliwa jest dokładniejsza ocena skuteczności poszczególnych źródeł, co pozwala efektywniej planować media.

MARVIPOL
development





Zapraszamy do kontaktu:

UP & MORE

al. Krakowska 264
02-210 Warszawa

telefon +48 22 18 81 464

mail: hello@upmore.pl