Grâce à la suite Google Analytics 360, AIDA Cruises obtient des données précieuses et améliore son efficacité à grande échelle

À propos d'AIDA Cruises

- AIDA est un leader du marché, qui considère les croisières comme un "produit associé à un style de vie moderne". Les objectifs de l'entreprise sont les suivants :
  - Proposer aux vacanciers une expérience sans équivalent
  - Continuer à améliorer l'environnement
  - Offrir à tous ses employés un avenir sécurisé et propice à la réussite
- Siège : Rostock, Allemagne
- www.aida.de

Objectifs

- Comprendre le parcours client en ligne
- Créer un environnement flexible et évolutif pour l'analyse des données et la création de rapports
- Aider toutes les équipes à accéder aux données afin d'améliorer la prise de décision

Méthode

- Mise en œuvre du suivi des événements automatiques via Google Tag Manager 360
- Utilisation d'une propriété d'ensemble dans Analytics 360 pour pouvoir analyser plusieurs domaines au sein d'une même interface

Résultats

- Le délai de déploiement des balises est passé de 21 jours à 1 jour.
- L'équipe peut obtenir des données en temps réel sur les dates et les destinations associées aux recherches de croisières.
- L'analyse centralisée des données permet d'améliorer la prise de décision à l'échelle de l'entreprise.

En 2014, la moitié de tous les croisiéristes d'Europe continentale ont passé leurs vacances sur un navire du groupe Costa. La marque AIDA, qui est l'une des plus importantes du groupe Costa, est basée en Allemagne et joue un rôle clé sur le marché européen. Des vacanciers de toute l'Europe consultent le site Web d'AIDA pour se renseigner sur les croisières et pour réserver des options avant, pendant et après leur voyage.

L'équipe AIDA voulait obtenir des informations sur le parcours en ligne de ses clients, et plus précisément sur la façon dont ils accédaient au site, se comportaient et réalisaient des conversions. La société AIDA s'est associée à Trakken, un revendeur Google Analytics 360 agréé, afin de créer un environnement d'analyse haut de gamme à l'aide de la suite Google Analytics 360, susceptible d'offrir un avantage concurrentiel à AIDA.

Processus évolutif de collecte des données

L'équipe AIDA avait besoin de relancer des milliers de pages, dont un système complet de réservation en ligne, et d'effectuer le suivi des résultats. Afin d'atteindre cet objectif, l'agence Trakken a configuré Google Analytics 360 et Google Tag Manager 360 dans le but de créer un environnement flexible et évolutif pour l'analyse des données et la création de rapports.

Tag Manager 360 a permis à l'équipe AIDA de déployer et de tester facilement de nouvelles balises sur toutes les pages, et de normaliser le code de balise et la qualité sur l'ensemble des domaines d'AIDA. Grâce à la rapidité du processus de déploiement de Tag Manager 360, l'équipe informatique d'AIDA a pu libérer du temps et des ressources. En effet, il ne lui faut plus qu'un jour pour déployer les nouvelles balises, contre 21 jours auparavant. Ainsi, AIDA a pu obtenir rapidement des données plus pertinentes.

Données fiables

L'agence Trakken a ensuite mis en œuvre le suivi des événements automatiques. Cette fonctionnalité de Tag Manager 360 permet de générer automatiquement un événement chaque fois qu'une personne clique sur un élément HTML inclus dans une page. Cet événement peut être envoyé à Analytics 360 à l'aide d'une balise de suivi des événements. Combinées au suivi de l'e-commerce, les balises de suivi des événements ont permis à l'équipe AIDA d'obtenir un aperçu plus clair et plus détaillé des actions des utilisateurs. Elle peut désormais identifier les destinations qu'ils ont recherchées, et savoir s'ils ont

Trakken {web services}

À propos de Trakken Web Services

- L'agence Trakken est spécialisée dans l'analyse d'audience Internet et l'optimisation des taux de conversion. Ce revendeur Google Analytics 360 agréé s'adresse aux PME et aux grandes entreprises du monde entier.
- Siège : Hambourg, Allemagne
- www.trakken.de

"Le suivi des événements via Google Tag Manager 360 offre une excellente alternative à la mise en œuvre habituellement effectuée par le service informatique qui, par le passé, constituait souvent un obstacle à l'innovation."

Marc Schwinzer
Web Analyst,
AIDA Cruises

abandonné un achat ou s'ils ont poursuivi leur action jusqu'au paiement.

Grâce au marquage automatique standardisé, elle peut effectuer facilement le suivi des événements importants, comme les recherches de croisières. Le service marketing peut utiliser les données pour repenser et ajuster sa stratégie marketing, en tirant mieux parti de son budget et en boostant les taux de conversion.

"Grâce au suivi des événements automatiques associés aux recherches de croisières, nous obtenons des informations particulièrement intéressantes concernant les destinations et les dates de voyages souhaitées. Cela nous permet d'élaborer des campagnes plus efficaces et axées sur l'utilisateur, en tenant compte des besoins des vacanciers", explique Marc Schwinzer.

L'équipe AIDA utilise le suivi des événements et de l'e-commerce pour planifier des remises et des actions marketing, en fonction du comportement des visiteurs sur le site Web. Lorsque les utilisateurs rechercheront une destination en Asie sur le site d'AIDA, ils verront bientôt d'autres destinations asiatiques s'afficher de façon plus visible. En outre, avec la combinaison du remarketing et d'Analytics 360, ceux qui ajouteront une destination à leur panier, mais qui ne concrétiseront pas leur achat, verront des annonces pour la même destination sur le Réseau Display de Google et dans la recherche Google.

Une plate-forme unique

L'outil Analytics 360 permet aussi à l'ensemble des employés de l'entreprise de créer et de partager des rapports plus facilement. La propriété d'ensemble combine plusieurs domaines d'AIDA en une seule vue. Ainsi, l'équipe AIDA peut créer des rapports et suivre différents domaines au sein d'une même interface.

La propriété d'ensemble d'Analytics 360 permet à l'équipe AIDA de bénéficier d'un aperçu multiplate-forme efficace de l'acquisition et du comportement des clients. Elle couvre tout l'univers en ligne d'AIDA, y compris ses différents sites Web et environnements mobiles, dans de nombreux pays d'Europe. Aujourd'hui, l'équipe AIDA peut suivre les performances en ligne, et réagir presque en temps réel à l'augmentation et à la diminution du trafic et des ventes. De plus, comme elle utilise Tag Manager 360 sur toutes les plates-formes, elle peut comparer les résultats et partager les données dans toute l'entreprise.

À propos de la suite Google Analytics 360

La suite Google Analytics 360 offre des outils d'analyse performants et intégrés, destinés aux plus grandes entreprises. Mesurez, étudiez et améliorez l'impact de votre action marketing sur tous les types d'écran et canaux, et à chaque moment du parcours client. Facile à utiliser, cette solution permet à quiconque d'accéder aux données afin d'identifier et de partager facilement les "moments de découverte". Grâce à la suite Google Analytics 360, allez au-delà des statistiques afin d'obtenir des retombées plus rapides et, par conséquent, de tirer pleinement parti de chaque interaction client. Pour plus d'informations, consultez la page google.com/analytics/360-suite.

© 2016 Google Inc. Tous droits réservés. Google et le logo Google sont des marques de Google Inc. Tous les autres noms d'entreprises et de produits peuvent être des marques des sociétés auxquelles ils sont associés. GANL-CS-1401