



CKE Restaurants, Inc. impulsa la creación de reconocimiento de marca con Google Analytics

“Ha sido increíble poder obtener datos rápidamente y organizarlos por fecha de las búsquedas, visitas y clics, así como comparar los intervalos de tiempo”.

Justin Bain

Director de marketing de Spacedog



ABOUT GOOGLE ANALYTICS

Google's web analytics service enables advertisers and publishers to make their marketing campaigns more efficient and their websites more effective. Advertisers can increase their return on investment by optimizing online marketing campaigns, tracking referral sources, improving web design and content, and identifying visitor preferences. Google Analytics' intuitive interface makes it easy to segment customers, identify top performing ad campaigns, and understand user preferences.

For more information, visit www.google.com/analytics.

Tipo de negocio

El crecimiento del modelo de restaurante de comida rápida (QSR), hoy universal, es la historia de jóvenes emprendedores como el fundador de CKE Restaurants, Carl N. Karcher, que supo responder a la demanda de movilidad y comida de calidad y bajo precio en Estados Unidos. Este tipo de restaurante, que aparece junto a la emergente cultura automovilística del sur de California a partir de la Segunda Guerra Mundial, creció al tiempo que la infraestructura de autopistas y ha pasado a formar parte del estilo de vida americano.

Actualmente, CKE gestiona algunas de las marcas regionales estadounidenses de comida rápida más conocidas, como las franquicias Carl's Jr., Hardee's, La Salsa Fresh Mexican Grill y Green Burrito. La cadena CKE cuenta con más de 3.200 locales en 44 estados y en 13 países.

Método

En el caso de la mayoría de los restaurantes de comida rápida, aumentar la presencia de la marca mediante Internet ha sido una estrategia posterior, pero CKE Restaurants es la excepción. Internet es uno de los principales vehículos que CKE utiliza para aumentar la presencia de marca. Los sitios web de Carl's Jr. y Hardee's son zonas de ocio interactivas para los clientes de CKE con salas recreativas online, anuncios televisivos, menús interactivos, buscadores de establecimientos e información nutricional. También contienen tráilers y vídeos, así como sorteos y obsequios de socios como New Line Cinema, Motorola y Napster.

El anuncio estrella de CKE en Internet, con 4 millones de visitantes en sus primeras tres semanas, es www.spicyparis.com, que emite el anuncio demasiado provocador para la televisión, donde aparece Paris Hilton lavando un coche mientras devora de una hamburguesa picante de Carl's Jr. El sitio web también incluye tomas inéditas de Paris, así como una parodia de los anuncios de Paris Hilton con “sexy Eugene”, que demuestra la importancia de contratar a la estrella adecuada.

“Tener un gran volumen de datos es una cosa, pero poder clasificarlos y ver el resultado de forma gráfica es otra muy diferente. Google Analytics ofrece una excelente interfaz. Nos encanta el gráfico de visitas globales, donde podemos ver todos los lugares del mundo desde donde nos visitan”.

Nuestro objetivo es imbuir a los usuarios en las marcas de CKE, señala Dustin Callif, director administrativo de la agencia de marketing interactivo de CKE, Spacedog. “Para estar seguros de que cumplimos nuestros objetivos, necesitamos poder acceder a datos como el tiempo medio empleado en los sitios web de CKE, los usuarios recurrentes y la calidad de las visitas”.

Spacedog contaba con una solución de análisis web personalizada, pero resultó ser insuficiente. “Nuestra solución de análisis y generación de informes anterior dedicaba varios minutos a cada página web para obtener resultados básicos como visitas, páginas vistas o clics obtenidos”, explica Justin Bain, director de Marketing de Spacedog. “Tardábamos tanto en acceder a los informes que apenas quedaba tiempo para analizar la información”.

“Ya sospechábamos que el área de juegos era la más popular. Ahora con Google Analytics lo sabemos seguro, de modo que podemos incorporar otros juegos para mejorar la experiencia del usuario”.

Justin Bain

Director de marketing de Spacedog

Spacedog necesitaba un servicio de análisis web de alto rendimiento con más prestaciones, por lo que se registró en Google Analytics. La agencia obtuvo inmediatamente la información que buscaba para que las promociones y campañas de marketing de CKE fueran más efectivas.

Resultados

Al equipo de Spacedog le resultó fácil empezar a utilizar Google Analytics, especialmente gracias a su sencilla y clara interfaz. “Tener un gran volumen de datos es una cosa, pero poder clasificarlos y ver el resultado de forma gráfica es otra muy diferente”, señala Bain. “Google Analytics ofrece una excelente interfaz. Tanto a CKE como a nosotros nos encanta el gráfico de visitas globales, donde podemos ver todos los lugares del mundo desde donde nos visitan”.

Mayor visibilidad y menor coste

Durante las primeras semanas de la campaña Spicy Paris, cerca de 50.000 personas hicieron clic en el cupón de Spicy Burger, y más de 60.000 personas hicieron clic en el buscador de restaurantes. Asimismo, más de 60.000 personas reenviaron el vídeo de Spicy Paris a sus amigos. “Este tipo de marketing viral, donde los usuarios comparten y muestran vídeos, no es posible en televisión; y conseguir este tipo de visibilidad con un anuncio televisivo nos hubiera costado muchos más millones”, subraya Callif.

Diseño optimizado del sitio web

A partir de la información de Google Analytics, Callif y Bain pueden ver rápidamente los cambios de porcentajes en las visitas de páginas, los clics y otros indicadores para medir el éxito de las campañas. Uno de los indicadores más importantes para el equipo de Spacedog es el promedio de tiempo que los usuarios han pasado en cada sitio. Como cadena de restaurantes de comida rápida, CKE está más interesado en el tiempo que los usuarios interactúan con una de sus marcas que en los porcentajes de clics. Los resultados de Google Analytics indican que el área más popular de los sitios de Hardee's y Carl's Jr. es la sección de juegos, donde los usuarios utilizan las salas recreativas online. “Ya sospechábamos que el área de juegos era la más popular. Ahora con Google Analytics lo sabemos seguro, de modo que podemos incorporar otros juegos para mejorar la experiencia del usuario”, explica Bain.

Marketing individualizado

Cuando los usuarios de los sitios web de CKE se registran para participar en promociones o recibir obsequios, Spacedog recopila la información en una base de datos. A partir de entonces, puede iniciarse el marketing relacional en forma de boletines informativos por correo electrónico. CKE también ofrece cupones en sus sitios web, así como un buscador de restaurantes. Con la ayuda de Google Analytics, Callif y Bain pueden realizar un seguimiento de la eficacia de cada una de estas estrategias, algo que antes resultaba imposible.

Además, Google Analytics permite a Spacedog realizar un seguimiento del porcentaje de visitas recurrentes, lo cual proporciona un barómetro del éxito de las promociones mensuales. El objetivo consiste en conseguir que los usuarios repitan la visita y accedan a introducir sus datos en la base de datos de CKE. En septiembre de 2005, los datos de Google Analytics revelaron un incremento del 20% en visitas recurrentes, y el 25% de las personas que participaron en los sorteos o en las promociones solicitó los boletines informativos de CKE.

“Los clics para registrarse a las bases de datos, obtener cupones y utilizar el buscador de restaurantes son de mayor interés que otras interacciones. Podemos recopilar y sacar partido a esta información mediante Google Analytics”.

Justin Bain

Director de marketing de Spacedog

Mayor rapidez de perspectiva

Cuando millones de usuarios visitaron el sitio web spicyparis.com durante las tres primeras semanas, el rendimiento de Google Analytics fue intachable. “Con el impresionante volumen de datos que se han procesado, especialmente para la campaña Spicy Paris, ha sido increíble poder obtener datos rápidamente y organizarlos por fechas de búsqueda, visitas y clics, así como comparar los intervalos de tiempo”, comenta Bain. “Hemos eliminado los largos retrasos que sufríamos con la herramienta anterior”.

Los cimientos de la futura estrategia de marketing

Además de poblar las bases de datos de CKE Restaurants, los datos de Google Analytics permiten utilizar los sitios web de CKE como laboratorios de estudio de mercado para determinar qué funciones resultan en más actividad y más descargas de cupones. Pero, sobre todo, Google Analytics proporciona a CKE un espacio experimental para ensayar estrategias de marketing no tradicional. “Internet todavía representa un porcentaje relativamente reducido del presupuesto de marketing global de la compañía, pero los costes de producción y el coste por impresión son bastante inferiores a los de la publicidad televisiva”.

Por una mínima parte de nuestro presupuesto publicitario global contamos con una notable presencia en Internet, dice Brad Haley, vicepresidente ejecutivo y director ejecutivo de marketing de Carl’s Jr. y Hardee’s. “Y dentro de los próximos 4 ó 10 años, este presupuesto destinado a la publicidad y la producción se desplazará al marketing no tradicional; por entonces, la publicidad y la promoción online se habrán convertido en nuestro canal principal”.

