

Marka Bilinirliğinde Google ile Dijital Fırsatlar



Google

Bugünün tüketicisi için bugünün
medyasında **fark yaratmak**

Google



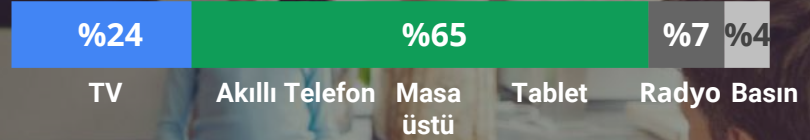
Dijital Devrim, Farkındalığı Kolaylaştırmadı!

Pazara giren yeni ürünler

Karmakarışık mağaza rafları

Parçalanmış medya tüketimi

Ortalama medya tüketimi 2014 (Türkiye)



Kalabalıktan **nasıl sıyrılabiliriz?**

Yeni Dünya'da fark edilmek ve hatırlanmak

“Pazarlamadaki en önemli zorluk, doğru zamanda doğru yerde bulunmak - tüketicinin zihninde, ve karar anında rafta olmak...”*



*Prof. Byron Sharp'ın "How Brands Grow" kitabından

Etkili dijital pazarlamanın üç anahtarı



Yüksek hacimli
ERİŞİM



İlgili ve değerli
HEDEFLEME



Güçlü, ölçülebilir
ETKİ

Türkiye'nin ve dünyanın en büyük online kitlesi



2BN

Google, YouTube ve Görüntülü Reklam Ağı ile Türkiye'de 40 milyon, dünyada 2 milyar kullanıcıya ulaşabilirsiniz

%98

Türkiye online nüfusuna
%98 oranında erişim

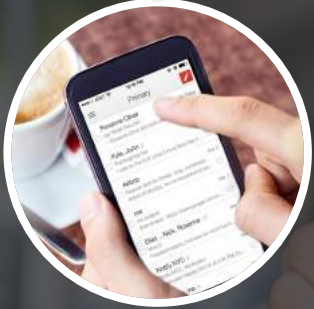
Tüm önemli anlarda orada olun

Müşterinizle tüm gün, tüm mecalarda, tüm cihazlarda bağlantı kurun



8:00

E-maillere bak



18:00

Akşam ne pişirsek?



20:00

Alışveriş için araştırma



22:00pm

Arkadaşlar video paylaşmış



Google ile erişim, hedefleme ve etki



TrueView Reklamlar

İzlemeyi tercih eden bağlantılı bir hedef kitle



Işık kutusu Reklamlar

Etkileşimi tercih eden bağlantılı bir hedef kitle



Arama Reklamları

Mesajınızı arayan bağlantılı bir hedef kitle

AKSIYON ile satış



Video Reklamlar

Garantili geniş kitlelere ulaşım ve sık gösterim



Görüntülü Reklamlar

Belirli ölçüde garantili görüntülenme

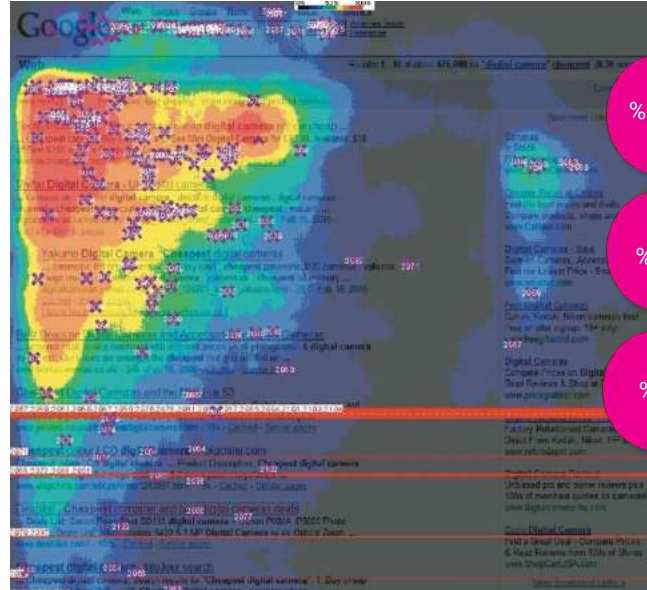
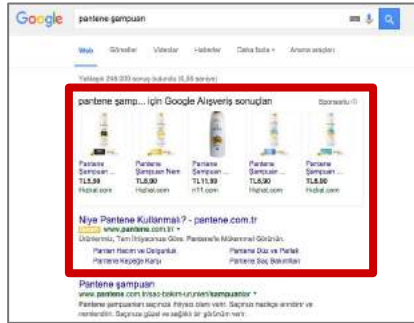


Masthead

YouTube ana sayfasında geniş bir kitleye ulaşma

MARUZ KALMA ile satış

Yukarı, Daha Yukarı...



Kullanıcılar ilk sıraları tercih ediyor

Kullanıcılar yan websitelerini tercih ediyor

Kullanıcılar, lider markaların en üst sırada çıkmasını bekliyor

Hangi aramaları hedeflemelisiniz?

İlişkili aramalar
Üründe sonuçlanabilecek
arama ve araştırmalar

Kategori aramaları
Bir ürün tipi

Markalı aramalar
Belirli bir ürün



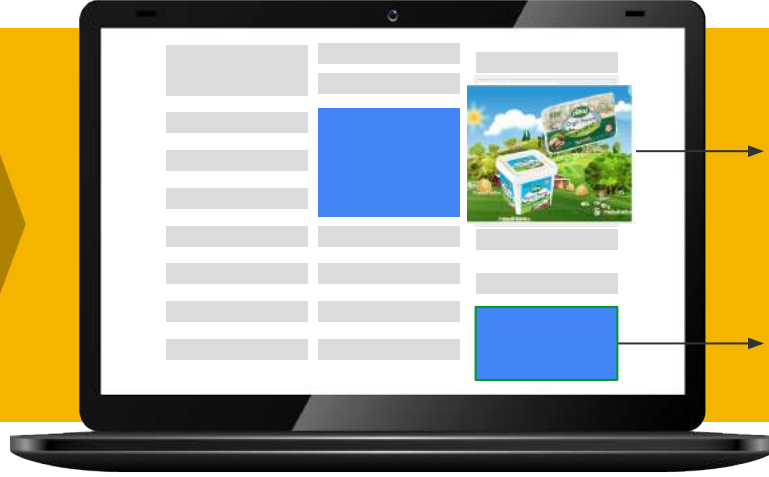
Google Görüntülü Reklam Ağı



Doğru kişiye. Doğru zamanda. Doğru mesajla

Görüldüğü garanti olan **Google Görüntülü Reklamlar** ile erişiminizi en üst seviyeye çıkarın

- Reklam görüldüğünde veya tıklandığında ödeme imkânı
- Yüksek trafikli siteler ve niş sitelerde yayın
- Klasik CPM'e kıyasla %10-40 daha uygun maliyet
- Markalı aramalarda %15 artış



Görünüyor

Bu gösterim için ödeme yaparsınız

Görünmüyor

Bu gösterim için ödeme **yapmazsınız**

Standart banner reklamlara kıyasla, yapılan harcamaya göre **%55** daha yüksek gösterim

Google ile doğru hedefleme...

32 yaşında, Kadın

TV: W25–54 satın alırsınız

32 yaşında, Kadın

Google: Davranışsal Hedefleme ile **doğru** kitleyi hedefleyip **uygun** mesajı verebiliriz



Güzellik Tutkunu

- Bekâr
- 90,000 TL yıllık hane geliri
- Şehir merkezinde kirada
- Marketten az az alır
- Kuaför ve kişisel bakımdan ödün vermez
- Saç ve makyaj videolarını izlemeye bayılır



Anne (ebeveyn durumu)

- Evli
- 150,000 TL yıllık hane geliri
- Banliyöde, kendi evi var
- Alışverişte bagajı doldurur
- Çocuklarını okula bırakıyor
- Aile aktivitesi araştırıp planlamaya bayılır

İçerik hedefleme

Yerleşimleri hedefleyin:

- 🎯 Konular
- 🎯 İçeriğin dili
- 🎯 Anahtar kelimeler
- 🎯 Belirli yerleşimler (videolar, kanallar, siteler, sayfalar)
- 🎯 Markaya uygun içerik

- Hızlı bir şekilde, sizin iş alanınızla alakalı web alanları üzerinden geniş bir kitleye erişim sağlarsınız.
- **1,750 üzerine konu** ve **binlerce site**

Demografik hedefleme



Yaş



Cinsiyet



Ebeveyn Durumu

- Farkındalık ve etki yaratmak istediğiniz demografik kitleleri hedefleyin
- Yeni kitleler tanıyın, hedeflemenizi genişletin
- Farklı gruplara farklı mesajlar ileterek fark yaratın

Kitle hedefleme



İlgi Alanları



Yeniden Pazarlama



Benzer Kitleler

- İlgi alanları, farkındalık yaratmak isteyeceğiniz kitleleri tanımlamakta verimlidir
- Yeniden pazarlama ile sitenize daha önce gelen veya videolarınızı izleyenleri hedefleyin
- Sizin müşterilerinizle benzer özelliklere sahip yeni kitlelere ulaşın

Clorox Demografik Hedefleme ile annelere ulařtı

%13

marka bilinirliğinde artış

+2.5M

toplam video izlemesi

%24

görüntüleme (izleme) oranı



Ebeveynlik durumu
hedeflemesi kullandı

Brand Lift Survey ile
kampanya etkisini ölçtü



*"İşe yarayan çözümün, iyi bir yaratıcı
fikri, kaliteli prodüksiyonla üretip doğru
anda doğru kişiye doğru formatta
ulaştırmak olduğunu keşfettik"*

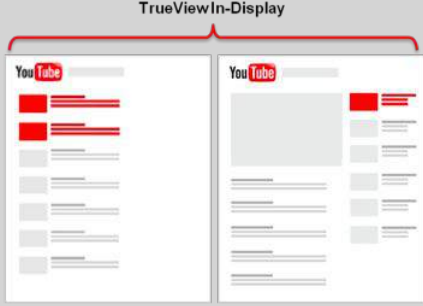
Erika Lamoreaux, associate director of digital media for
The Clorox Company

TrueView reklamlar

- Sadece görüntülemeler için ödeme yaparsınız
- 8/10 kullanıcı, “atlanabilir” reklamları tercih ediyor
- TV'ye göre 7 katına kadar daha yüksek yatırım getirisi



Hem YouTube Video hem TV reklamları görenlerin, sadece TV reklamı görenlere göre **reklamı hatırlama oranı %100 fazla**

	InStream (Yayın İçi) TrueView	InDisplay (Görüntülü) TrueView
Reklam nerede gözüktür?	Videonun önünde, arasında veya sonunda  The diagram shows a YouTube video player interface. A red bracket labeled 'TrueViewIn-Stream' is positioned above the video player. The video player itself has a large red rectangle in the center, indicating the ad placement. The YouTube logo is visible in the top left corner of the player. TrueViewIn-Stream	YouTube arama sonucunda veya izleme sayfasında yanda  The diagram shows two side-by-side YouTube search result cards. A red bracket labeled 'TrueViewIn-Display' is positioned above both cards. Each card has a red rectangle on the right side, indicating the ad placement. The YouTube logo is visible in the top left corner of each card. TrueViewIn-Display
Ne zaman maliyet oluşur?	Reklam videosunun en az 30 sn.'si veya tamamı izlendiğinde	Kullanıcı tıklayarak videonuzu izlemeyi tercih ettiğinde

Gillette BODY, TrueView reklamlar ile farkındalık ve satış elde etti

Gillette



500,000

reklamdan satış sitesine ziyaret

4

katına kadar

7 ülke pazarında hedeflerin üzerine çıldı

%211

Gillette aramalarındaki artış oranı



Görüntüyor:
Chad, düzenli traş olan bir yüzücü



Görüntülüyor:
Brian traş olmayı düşünen bir koşucu



Görüntülüyor:
Lisa, eşi için bakım ürünleri alıyor



Atlıyor:
Traş olmuyor, olmayı düşünmüyor



Atlıyor:
Erkek bakım ürünleriyle ilgili değil

Alışveriş için TrueView ile ürün alma eğiliminde %80 artış

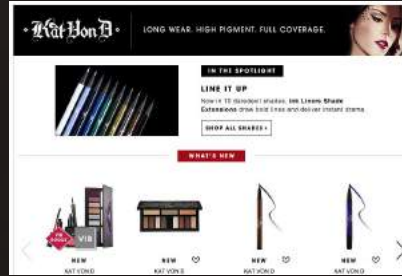


%80

Sephora'dan ürün alma eğiliminde %80 artış

2 dakika

Sephora videolarının ortalama izlenme süresi

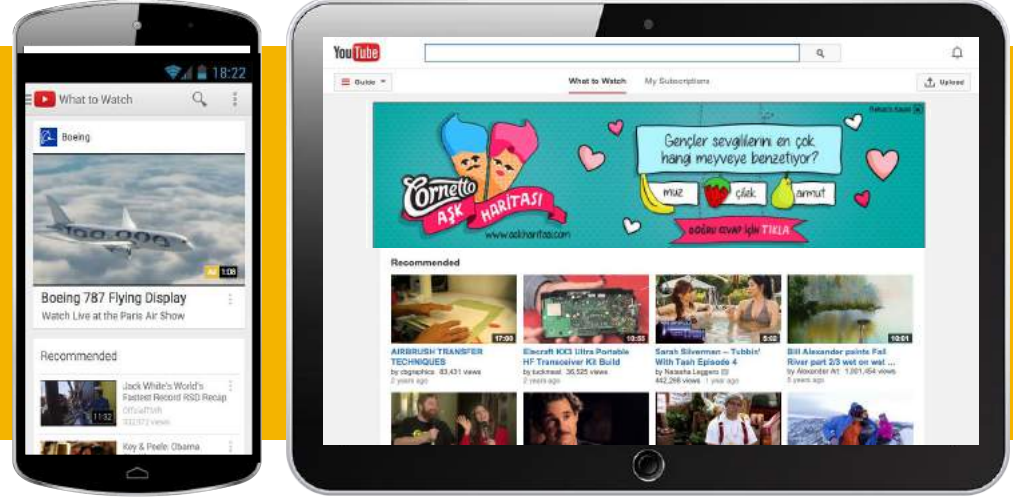


Müşterilerimize rahatsız olmadan ve zorluk çekmeden, bilgiye ve ürüne kolayca ulaşma şansı sağladık.

Bindu Shah, Sephora Dijital Pazarlama GMY

YouTube Masthead

- Masaüstü, Mobil ve tablet uyumlu
- Interaktif uygulamalar ve videolar
- Detaylı kitle ve etkileşim raporu
- Yeniden pazarlama ile uyumlu
- Devam izlemeleri güçlendiriyor



Günde ortalama **11 Milyon** tekil kullanıcı ve **30 Milyon** gösterim;
400,000 üzerinde etkileşim

YouTube Masthead

Markayı YouTube
Masthead alanında
görenler



4x

Reklamdaki marka
ve/ya kampanya
arıyorlar

Markayı YouTube
Masthead alanında
görenler



13x

markanın
videosunu
izlemeyi tercih
ediyor





Hedefleme



Ölçümleme

Farkındalık

- İçerik
- Demografi

- Erişim
- Görüntüleme
- Reklamı Hatırlama
- Marka Bilinirliği

Değerlendirme

- Demografik
- Davranışsal
(In-market, Affinity,
Custom Affinity)

- Beğeni
- İlgi
- Değerlendirme
- Satın alma niyeti

Brand Lift Survey



Neyi raporlarız?

Marka bilinirliği
SİZİN reklamı gördüğünün farkında mı?

Reklamı hatırlama
Reklamınızı hatırladı mı?



Nasıl ölçeriz?

Mini anketler



Hangi sorulara yanıt buluruz?

Hangi ürün demosu
daha yüksek bilinirlik ve hatırlama sağlıyor?

Hangi reklam versiyonu
daha yüksek bilinirlik ve hatırlama skoru alıyor?

Daha yüksek frekanslı gösterim, bilinirlik ve hatırlamayı nasıl etkiliyor?

Mondelēz, Trident Unlimited kampanyasını Brand Lift Survey ile optimize etti

%97

reklamı hatırlamada artış

%36

marka bilinirliğinde artış

- Trident Unlimited reklamının iki versiyonu denendi
- Brand Lift ile hızlı bir şekilde, bir versiyonun çok daha yüksek hatırlama oranı aldığını tespit etti
- Yüksek skorlu kreatif, TV ve Google video kampanyalarında kullanıldı