

Mobilya Sektöründe Google ile Özel Dijital Fırsatlar



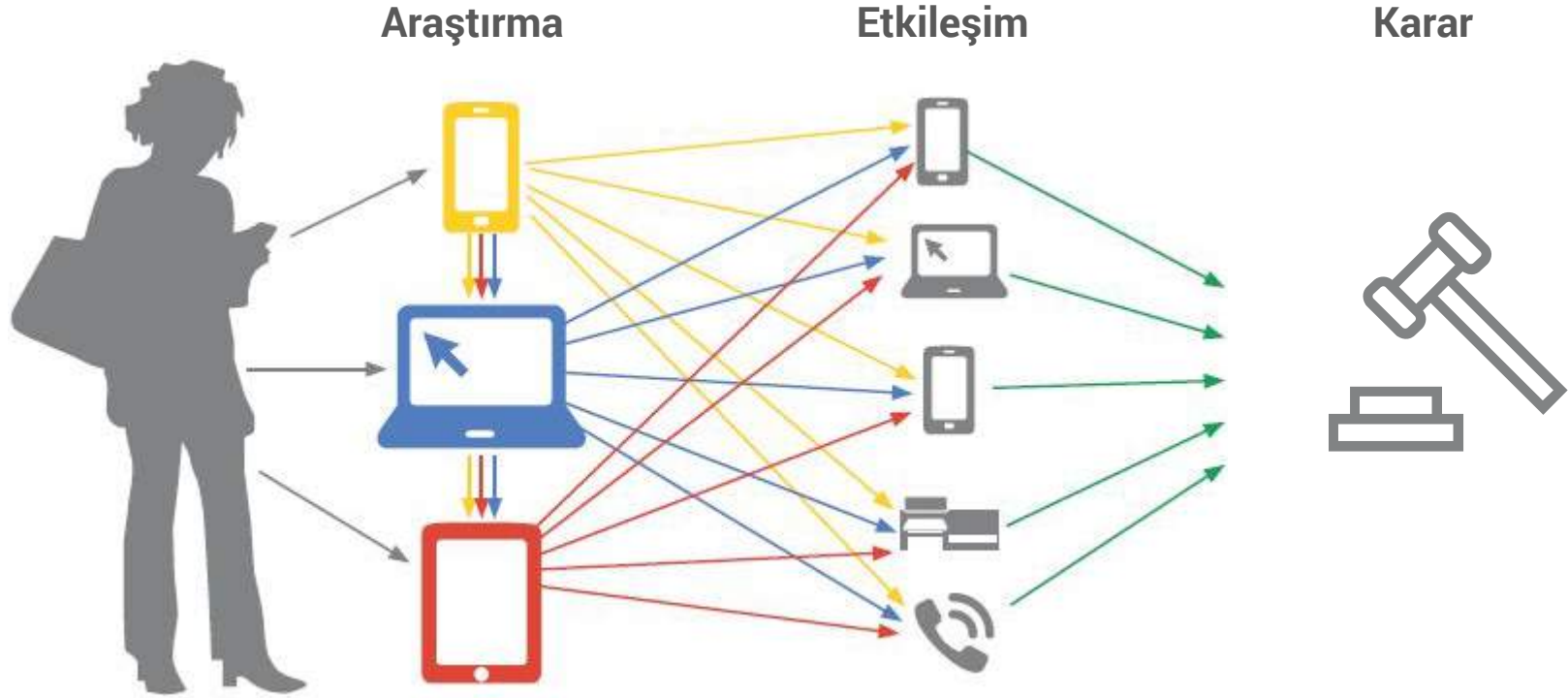
Mobilya Sektöründe Dijitalleşen Karar Süreci

Günümüzün dijital dünyasında
potansiyel müşterileriniz
artık birer

AKTİF KATILIMCI



Mobilya ile ilgili araştırmalar, birden fazla cihaz üzerinde ve farklı etkileşim noktalarında gerçekleşiyor



Tutarlı Marka Deneyimi Sunmak Çok Önemli





Peki, kararı nasıl alıyoruz?

Online arama, karar sürecinde çok etkili

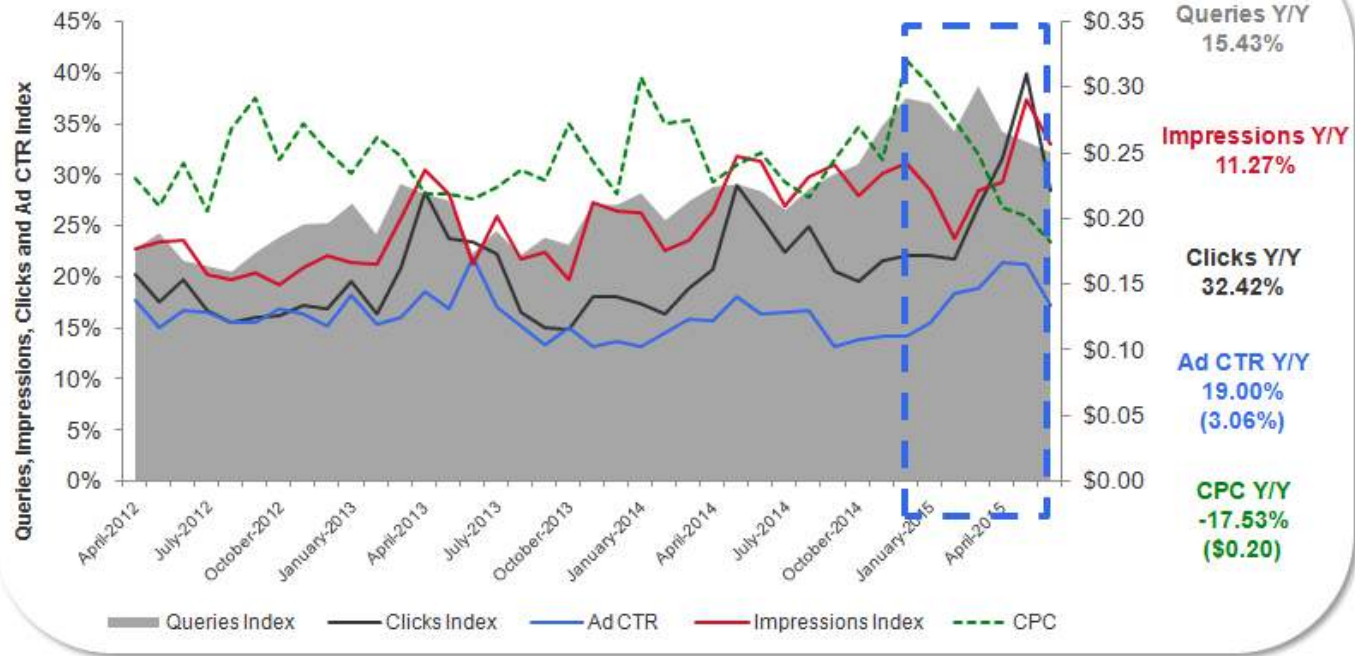
78%

kullanıcı, arama sonuçlarının satın alma kararını etkilediğini ifade ediyor



**%83 oranında
'markasız'
arama yapılıyor**

2015 yılının ilk çeyreğinde arama sorgularında **%15.43** lük bir artış yaşanmıştır.



Diğer İletişim Yöntemlerinin Aramaya Etkisi

Online tüketicilerin **%92**'si, bir haftalık zaman diliminde anında bilgi almak için internete bağlı bir cihaza başvurduğunu belirtiyor.

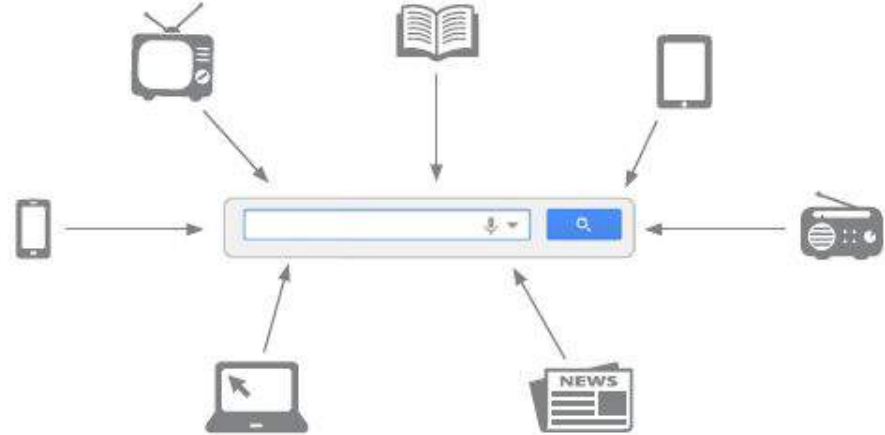
Bu etkiyi yaratan:



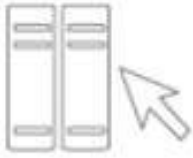
%37 TV reklamı



%23 Dergi veya gazete reklamı



Araştırma & karar sürecinde karara giden farklı rotalar mevcut



Mobilya Sitesi
%75



Arama motoru
%78



Aile & Arkadaş
%38



Sosyal Çevre
%16



İç Mimar/Dekorator
%15



Televizyon
%14

Google ile Dijital Fırsatları Kullanarak Hedef Kitlenize Nasıl Ulaşırsınız?

İnternet Yatırımınızdan Ne Bekliyorsunuz?



Marka Değeri 

Direkt Ziyaret 

Online Form 

Çağrı Merkezi 

Google'ın Sağladığı Katma Değer Nedir?



Doğru Kişiye



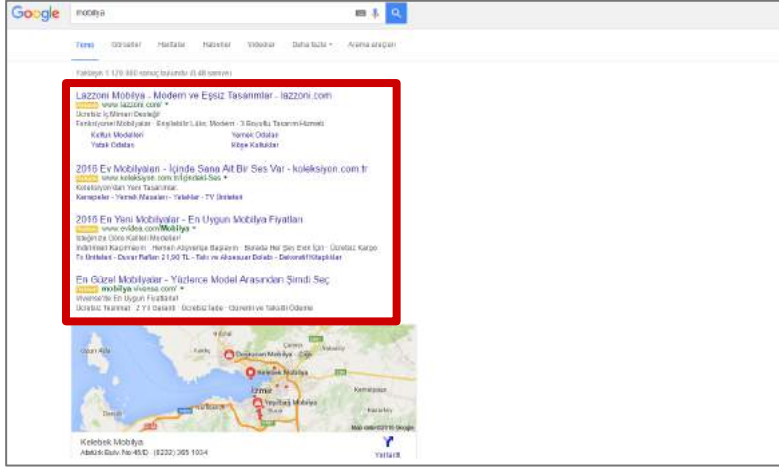
Doğru Mesajla



Doğru Zamanda

... reklamınızı gösterebilir, etkileşimde
bulunabilir, marka bilinirliğinizi arttırabilirsiniz!

Google Arama sonuçlarında olmak ya da olmamak, işte bütün mesele bu!



Yukarı, Daha Yukarı...



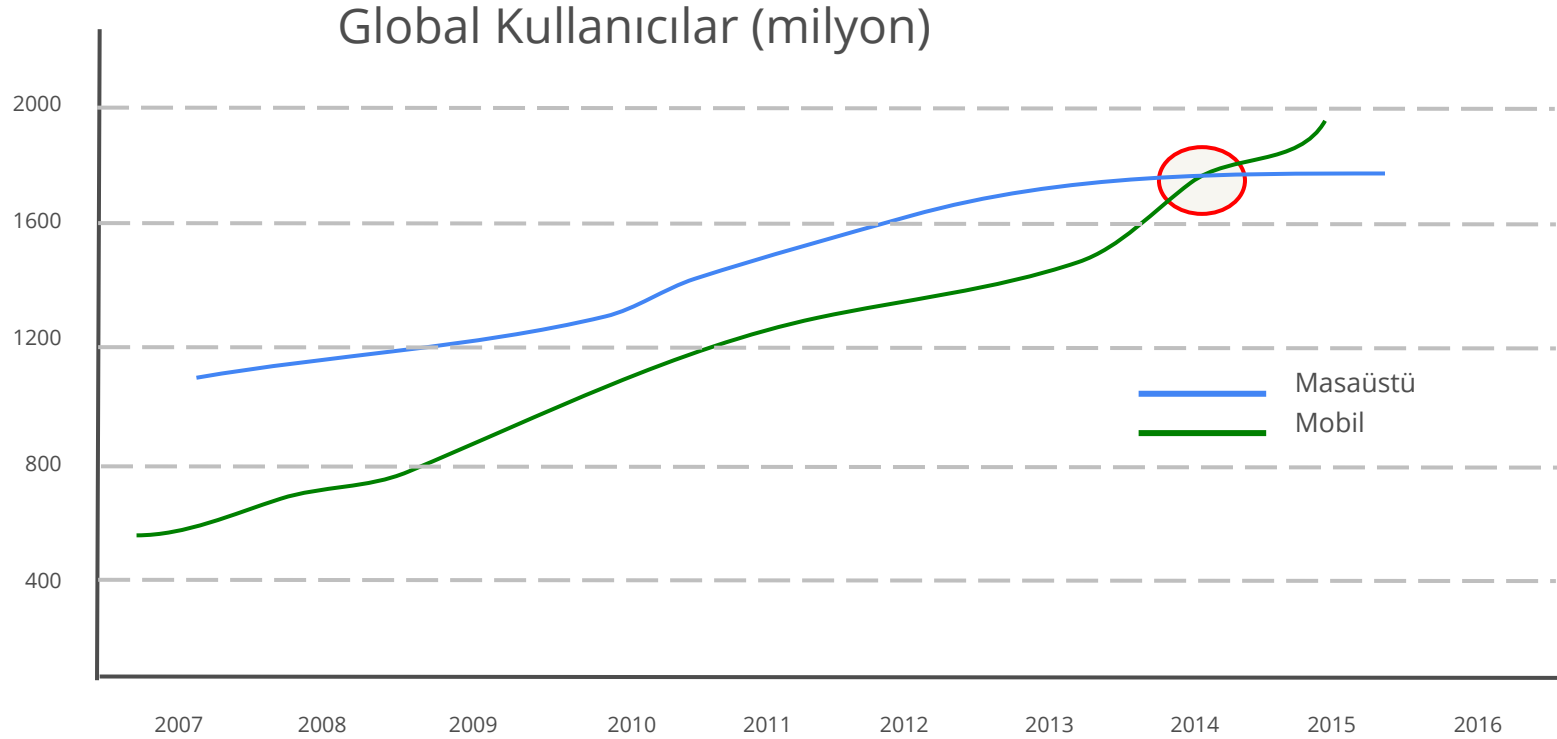
%100

Kullanıcılar ilk sıraları tercih ediyor

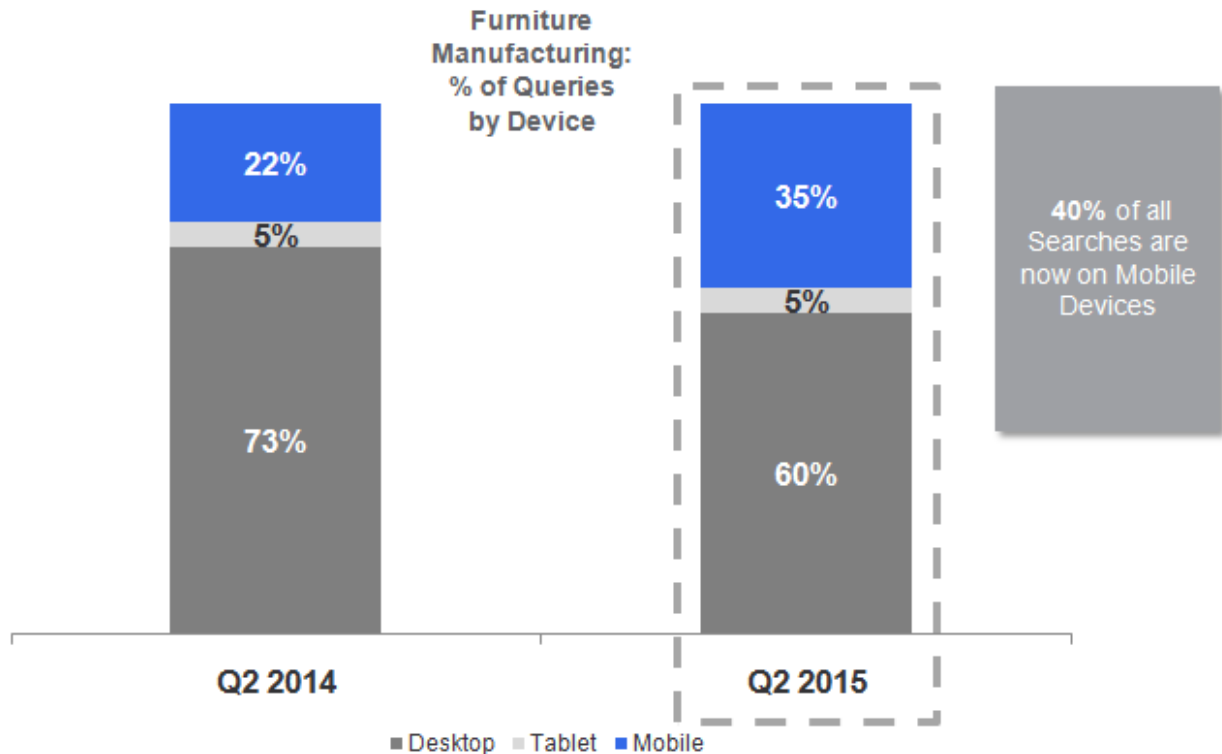
%70

Kullanıcılar, lider markaların en üst sırada çıkmasını bekliyor

Mobil'in Artan Önemi



Mobil'in Artan Önemi



Vaka İncelemesi: Mobil'deki Fırsat



Kullanıcıların



Reklamı gördükten
sonra mobil arama
gerçekleştirdi

Reklamın görüldüğü yer



TV
%80



Mağaza/ziyaret
%73



Dergiler
%69



Posterler/
Reklam panoları
%69



Kampanya Hedefleri

1. Masko Mobilya Kent için marka bilinirliğinin sağlanması - marka değerinin oluşması
2. Masko Mobilya Kenti bünyesinde ki firmaların reklamlar aracılığı ile en çok verimin sağlanması

Sonuçlar

- Reklamların yayına başladığı 25 Eylül 2012 - 9 Mayıs 2016 tarihleri arasında toplamda **89.106.247** kullanıcıya ulaşılmıştır.
- **324.889** kişi reklamlar aracılığı ile web sitesini ziyaret etmiştir.

Google Görüntülü Reklam Ağı



#1 Internet kullanıcılarının %98'ine erişim
+10.000 den fazla site

Örnek Siteler ve Yerleşimler:



Görüntülü Reklamlar ve YouTube'da Hedefleme

İçeriğe Dayalı Hedefleme

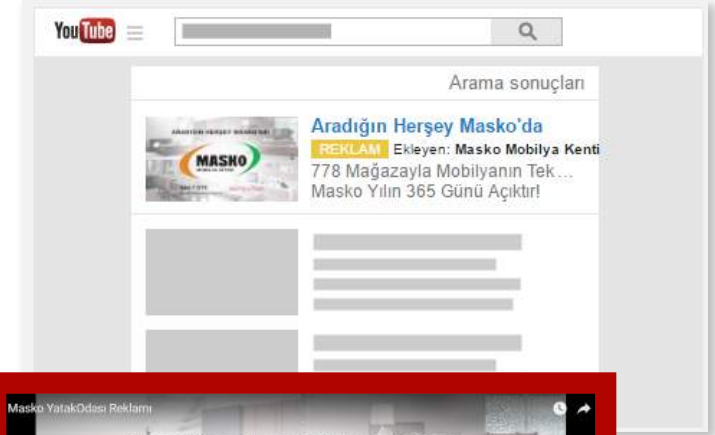
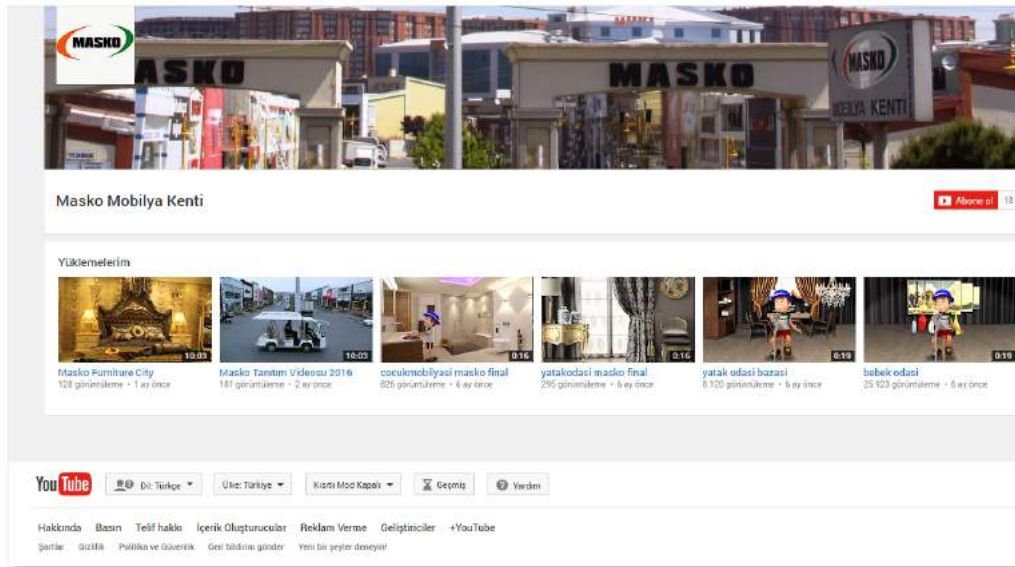
1. Anahtar Kelime İle İçeriğe Dayalı Hedefleme
2. Arama Hedefleme (YouTube)
3. Konu Hedefleme
4. Özel Site, Sayfa, Kanal, Video Hedefleme

Kitle Hedefleme

1. İlgili Alanı Kategorisi
2. Demografik Özellikler
3. Yeniden Pazarlama / Yeniden Hedefleme
4. Benzer Kullanıcıları Hedefleme



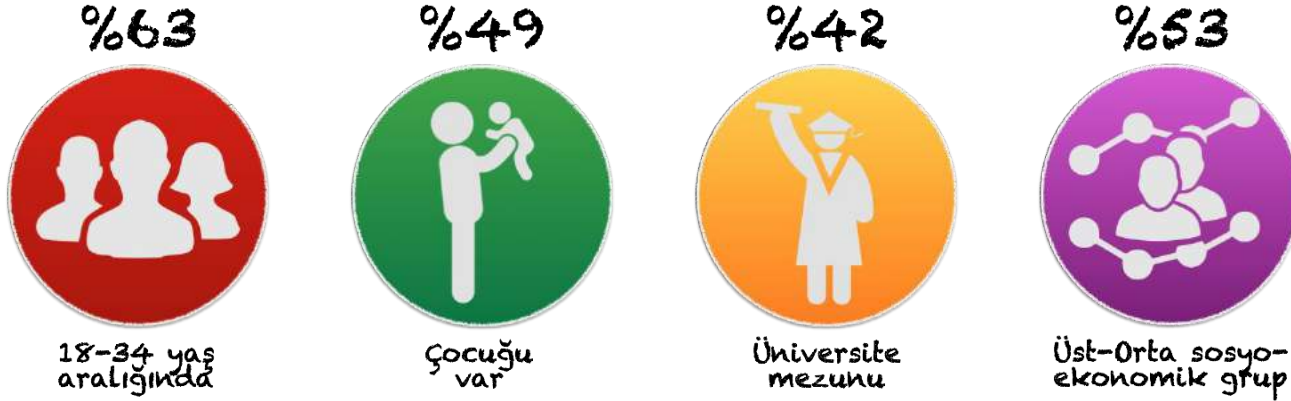
Videonun Gücünden Yararlanın



YouTube Kullanıcıları

25 yaş altıdakilerin **%79**'u, öğrenmek istedikleri HER KONUDA YouTube'da videolar bulabilecekleri konusunda hemfikir.

35 yaş altı kitlede de bu oran **%80** seviyesinde...



Teşekkürler.