

YouTube REKLAMLARI



YouTube Türkiye Verileri

Aralık 2013 verilerine göre;

- Türkiye’de YouTube tekil kullanıcı sayısı 24.9 milyon kişi
- İzlenen video sayısı 3,5 milyar video
- İzleyici başına video 142,4 adet
- İzleyici başına video izleme süresi 442 dk.
- Online nüfusa erişim oranı %81.2
- Toplam nüfusa erişim oranı %42,3



Video Reklam Nedir?

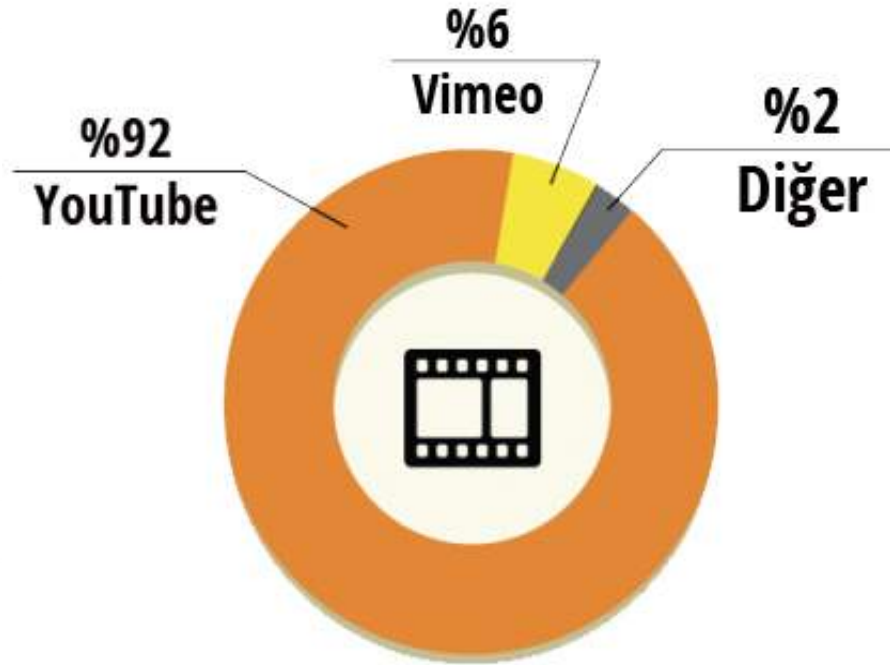
Video reklamlar; bir web videosunun içeriğini tamamlayan veya video içeriğini izleyen kullanıcılarla alakalı bir ürün veya hizmetin reklamını yapan Google Görüntülü Reklam ağında ve YouTube'da yayınlanan reklam türüdür.

Video reklamlar; reklam biçimine bağlı olarak video akışından önce, sonra ve video akışı esnasında görüntülenebilir.



Neden YouTube?

2005 yılında kullanıma sunulmasından bu yana YouTube dünyanın en büyük video paylaşım topluluğudur.



Kullanıcılar İçin Yararları

- Profesyoneller ve kullanıcılar tarafından hazırlanan videolardan oluşan dünyanın en büyük envanterine erişim.
- İçerikle zaten etkileşim halinde bulundukları büyük bir topluluğa katılım imkanı.
- Birden çok platformda yer alma fırsatı ve bu içeriğin taşınabilirliğine izin verilmesi.



Pazarlamacılar İçin Yararları

- Tükettikleri içeriğe yüksek ölçüde katılım gösteren geniş bir kullanıcı topluluğuna erişim.
- Güvenli ortamlarda markalarını korumayı ve mesajlarını iletmek için kullanabilecekleri yöntemler.
- Reklamların yayınlanması ve reklam faaliyetlerinin etkinliğini ölçmek için basit self servis platformlar.



YouTube'da Görüntülü Reklamcılığın Önemi

- Ayda 800 milyon benzersiz kullanıcı.
- Web'deki üçüncü en büyük mülktür.
- Görüntü, ses ve hareket kullanıcıların içerikle duygusal ve fiziksel bir ilişki kurmasına neden olur.



Kitlenize Ulaşma

- İçeriğe dayalı anahtar kelime hedefleme
- Konu hedefleme
- Yaş
- Cinsiyet
- Yer
- Dil Tercihi
- İlgi Alanı Kategorisine Dayalı Pazarlama
- Yeniden Pazarlama (web sitesi)



Yerleřimler

- İzleme sayfasında videonun sağ tarafında.
- Oynatılan videonun alt tarafındaki %20'lik bölümde video içi yer paylaşımı olarak.
- Arama sonuçları sayfasında.



YouTube Reklam Biçimleri

Görüntülü Reklamlar

- Standart Banner
- Video İçi

Video Reklamlar

- Standart Yayın İçi
- TrueView

Diğer Reklamlar

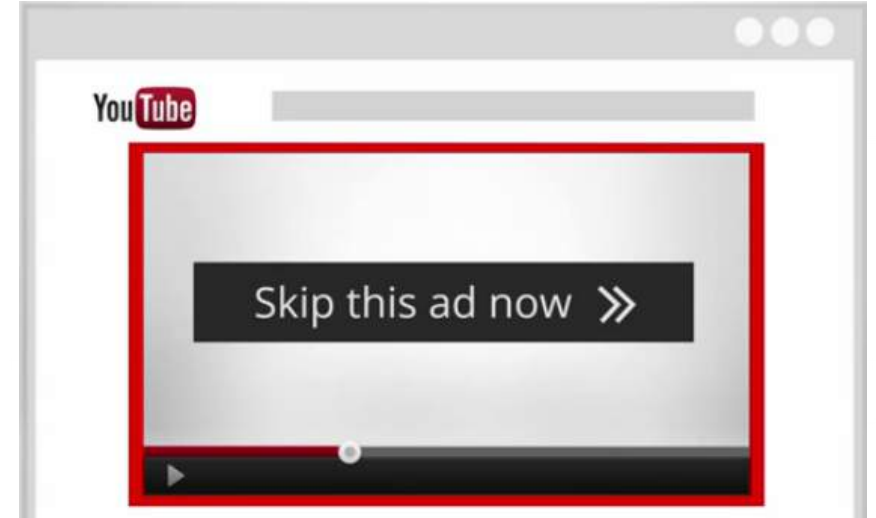
- Ana Sayfa Masthead ve Genişletilebilir
- Zengin Medya



TrueView'dan Yararlanmanın 4 Yolu

1. Yayın İçi TrueView

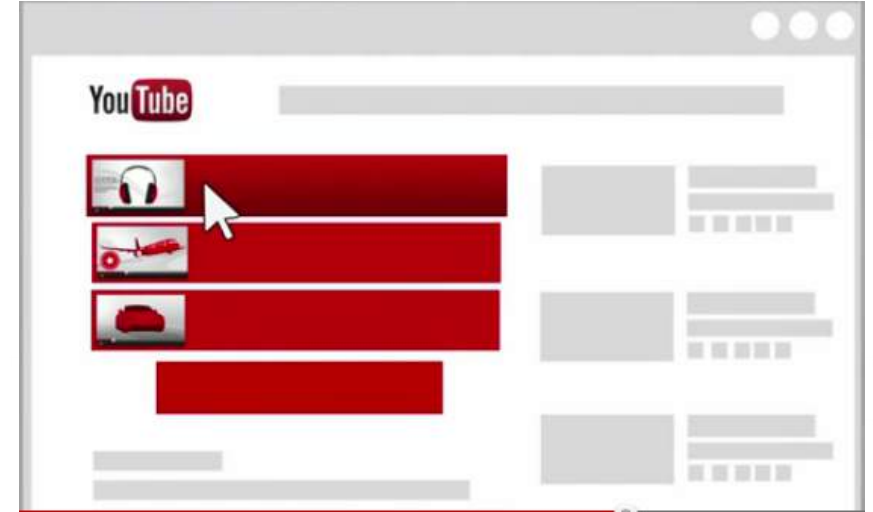
(TrueView In-Stream): Tv reklamı tarzında bir Youtube iş ortağına ait başka bir videonun başında veya ortasında gösterilir. İzleyiciler videonun 5 saniyelik kısmını gördükten sonra izlemeye devam edebilir veya atlayabilir. En az 30 sn. izledikleri zaman ücret ödenir.



TrueView'dan Yararlanmanın 4 Yolu

2. Seçenek listesinde TrueView

(TrueView In-Slate): 10dk ve daha uzun süreli Youtube iş ortağı videolarından önce gösterilir. İzleyiciye 3 reklamdan birini izlemeyi tercih etme veya video boyunca aralarındaki normal reklam yayınlarını seyretme seçenekleri sunulur. Yanlızca izleyiciler videoyu izlemeyi seçtiğinde ödeme yapılır.



TrueView'dan Yararlanmanın 4 Yolu

3. Arama Sonuçlarında TrueView

(TrueView In Search): Arama sonuçları sayfasında normal sonucun yukarısında veya sağında gösterilir. İzleyiciler videoyu izlemeyi seçtiğinde ödeme yapılır.



TrueView'dan Yararlanmanın 4 Yolu

4. Görüntülü TrueView

(TrueView In Display): Diğer YouTube videolarının yanında veya hedef kitle ile eşleşen Google Görüntülü Reklam Ağı web sitelerinde gösterilir. Yalnızca izleyiciler videoyu oynatmayı seçtiklerinde ödeme yapılır.



Satın Alma Seçenekleri



1. Youtube AdWords açık arttırma aracılığıyla teklif verilen ve fiyatlandırılan reklamlar yayınlamak.
Doğrudan pazarlama odaklı çoğu reklamveren, YouTube'da medya satın almalarının en etkili yönteminin açık artırma olduğunu düşünmektedir.
2. Bir YouTube satış temsilcisi aracılığı ile bir yerleşimi rezerve etmek.
3. Detaylı bilgi ve başvuru için: adresgezgini.com/youtube-reklamlari



TEŞEKKÜRLER



adresgezgini

00:00

00-00-00