

Google AdWords Hakkında

Google AdWords™, büyük küçük tüm işletmelerin Google ve Google'ın ortaklarından oluşan bir ağ üzerinde reklam vermesine olanak sağlayan, performansa dayalı bir reklamcılık programıdır. Dünya üzerinde yüz binlerce işletme, tıklama başı maliyet (TBM) ve gösterim başı maliyet (GBM) üzerinden fiyatlandırılan metin, resim ve video reklamlar için AdWords'ü kullanıyor. Açık artırmaya dayalı bir sistem üzerine kurulu olan AdWords, potansiyel müşterilere ulaşmak için kolay ölçülebilir ve ekonomik bir yöntemdir. Daha fazla bilgi için <http://adwords.google.com.tr> adresini ziyaret edin.

Google Analytics hakkında

Google Analytics™ ücretsiz, güçlü bir web analitiği aracıdır. Ziyaretçileri, tavsiyeleri, arama motoru performansını, e-posta promosyonlarını, hatta çevrimdışı girişimleri kesin bir şekilde izler. Görsel olarak zengin raporlarıyla Analytics, kullanıcıların pazarlama kaynaklarını en iyi şekilde kullanmasına, site gezintisini iyileştirmesine ve daha yüksek bir yatırım getirisi elde etmesine yardımcı olur. Hangi reklamların ve anahtar kelimelerin daha fazla dönüşüm sağladığını göstererek hem AdWords, hem de AdWords dışındaki reklam kampanyalarının başarısını ölçer. Daha fazla bilgi için <http://www.google.com/analytics/tr/> adresini ziyaret edin.

Google Checkout Hakkında

Google Checkout™, hızlı ve pratik bir ödeme işlemidir. Online satıcılar, siparişleri işleme almak ve müşterilerinin kredi kartlarından veya bankamatik kartlarından gereken ödemeleri çekmek için Checkout özelliğinden yararlanır. Alışveriş yapanlar, tek bir kullanıcı adı ve şifreyle hızlı ve güvenli bir şekilde alışveriş yapabilirler. Checkout, satıcıların online satışlar ve pazarlama işlemleriyle satışlarını artırmalarına ve masraflarını en aza indirmesine yardımcı olmak için Google'ın arama reklam programı olan AdWords ile de kullanılabilir. Daha fazla bilgi için <http://checkout.google.com/sell> adresini ziyaret edin.

AdWords reklamının kıymetini biliyoruz ve bu değer, ufkumuzu genişletmek için bize yeni fırsatlar sunuyor. Bu pazarlama türünün beni şımarttığını inkar edemem. Artık çok hızlı bir şekilde yatırım getirimi hesaplayabiliyorum, üstelik dönüşüm oranlarımız da yüzde 20 oranında arttı.”

Richard sözlerine şöyle devam ediyor, “AdWords ile harcama yaparken kendimize sınır koymuyoruz, çünkü biliyoruz ki harcamalarımızın karşılığını alacağız. Söylediklerimin tümü ücretsiz bir hizmet olan Analytics için de geçerli.”

Güveni kazanmak

Carolina Rustica'nın sitesine yeni işlevler eklerken, Richard, daha hızlı, güvenli ve daha pratik olan Google Checkout™ özelliğini kullanmaya başlamış. “Yapılan ödemelerde müthiş bir artış yaşadık,” diyor Richard. “Bu özelliği ana sayfamıza ekledikten sonra hızımızın ne kadar arttığına inanamazsınız. Üstelik AdWords'le çalıştığımız sürece Checkout için ücret ödemiyoruz. Bundan daha ekonomik bir yöntem olabilir mi?”

“Google ürün paketi, başarımızda işletmemizin diğer parçaları kadar önemli bir role sahip.” Richard Sexton, kurucu, başkan ve CEO, Carolina Rustica

Richard Sexton yakın zamanda Google Base™ üzerinden de ürün yayınlamaya başladı. Bu sayede, kullanıcılar Google'da arama yaptıklarında Carolina Rustica'yı bulabiliyor. “Google Base gerçekten çok kullanışlı, üstelik AdWords etkinliklerimizle de çok uyumlu. İki farklı yayınumuz var, bunlardan biri ulusal, diğeri yerel. Adımızı ve sesimizi duyurmak için de hem çok etkili, hem de ücretsiz bir yöntem.”

Richard, Google AdWords, Analytics, Checkout ve Base araçlarını bir arada kullanarak hem paradan hem de zamandan tasarruf ediyor ve müşterilerinin de yararına olan pazarlama kararları veriyor. Richard deneyimini şu sözlerle aktarıyor: “Google ürün paketi, başarımızda işletmemizin diğer parçaları kadar önemli bir role sahip. Bu kombinasyon sayesinde etkinliklerimin tümünü bir arada tutabiliyorum. Tıklama oranından açılış sayfasına, site gezintisine, satın alma işlemlerine varıncaya kadar müşterilerimize mümkün olan en sağlıklı ve sorunsuz deneyimi yaşatmayı arzuluyoruz. Müşterinizin güvenini kazanmanın en iyi yolu bu.”

Dayalı döşeli

Carolina Rustica, alışverişte müşterilerine daha fazlasını sunmanın yeni yollarını aramaya devam ediyor, buna kendi özel mobilyalarını tasarlamak da dahil. Bütün bunlar, Richard'ın çok kanallı bir perakendeci olma planının parçaları. “Çok çaba sarf ettik, işlerimiz büyüdükçe ortaya çıkan yeni güçlüklerle göğüs gerdik, büyümek için daha fazla yatırım yaptık ve bütün bunları adım adım başardık: üç dört tedarikçimiz ve birkaç yüz stok kodumuz vardı, bugün 70 tedarikçimiz ve 15.000 stok kodumuz var; ufak bir vitrinle başladık işe, bugün büyük bir depoya sahibiz; tedarikçilerimize bağımlıydık eskiden, şimdi kendi işimizi yapabiliyoruz; son olarak, satışlarımızın yüzde 100'ü çevrimdışı kanallardan geliyordu, bugün yüzde 85'i online ortamda gerçekleşiyor.”

Carolina Rustica, Nepal'den North Carolina'ya bir başarı öyküsü yazmış ve demirle bezediği bu öykünün içine bir de papağan katmış. “Olayların bu şekilde gelişeceğini hayal bile edemezdim,” diyor Richard. “Ama artık geleceğe çok daha umutlu bakıyoruz ve Google'ın hedeflediğimiz noktaya ulaşmamıza yardımcı olabileceğinden eminiz.”

