



**“Sadece 84 saat gibi kısa bir sürede video reklamımız, Google Görüntülü Reklam Ağı’nda yer alan 9 bin sitede 1.5 milyon kez izlendi.”**

Ömer Lütfi DİRİ  
Dijital ve Direkt Pazarlama  
Yöneticisi

#### KİM?

• Avea

• 2004’ten bu yana mobil iletişim hizmeti veren GSM 1800 operatörü

#### NEYE İHTİYAÇ DUYDU?

• Pazar payını artırmaya

• Kârlı büyümesini sürdürmeye

#### NE YAPTI?

• İnternet kullanıcılarının tümüne video reklamını izletebilmek için Google AdWords’ü kullandı

#### NE KAZANDI?

• Bin Gösterim Başına Maliyet’i (BGBM: CPM - Cost-per-Impression) kullanarak uygun maliyetle video reklamlarını izlettirdi

• Video reklamları ile 9.000 farklı web sitesinde 6.400.000 adet etkileşim gerçekleşti

• Video reklamları 1.5 milyon izlenme rakamına ulaştı

## Avea, Google Görüntülü Reklam Ağı Blast Kampanyası ile video reklamını 1.5 milyon kez izlettirmeyi başardı.

Ömer Lütfi Diri: “Her alanda benimsediğimiz yenilikçi yaklaşımlarımızı İnternet reklamcılığında da uygulamamıza imkan tanıyan Google’ın reklam çözümleri ile sadece 84 saat gibi kısa bir sürede video reklamımız, Google Görüntülü Reklam Ağı’nda yer alan 9 bin sitede 1.5 milyon kez izlendi.”



#### Avea Kimdir?

Türkiye’nin ilk ve tek GSM 1800 operatörü Avea 2004 yılından bu yana GSM sektöründe faaliyetlerine devam etmektedir. 2011 yılı ilk çeyreği itibarıyla 11.8 milyon aboneye sahip olan Avea, yeni nesil şebekesi ile Türkiye nüfusunun %96.61’ine ulaşmaktadır. Avea benimsediği yenilikçi yaklaşımı doğrultusunda teknoloji altyapısına yatırımlarını devam ettirirken, insan kaynağını da geliştirerek, bugün 2.700 çalışanı ile Türkiye GSM sektöründe hem kurumsal hem de bireysel alandaki hızlı büyümesine devam etmektedir. Avea, 197 ülkede 644 operatörle yaptığı uluslararası dolaşım anlaşmalarına yenilerini eklemeyi sürdürerek, erişim ağını genişletmektedir.

**Avea, ajansı United People’den aldığı destekle kısa sürede etkili geri dönüş almak için Google Görüntülü Reklam Ağı üzerinden video reklamları kullandı.**

#### İş Yaklaşımı

Türkiye’de büyük bir hızla gelişen GSM sektöründe, son üç yıldır büyük bir rekabet yaşanmaktadır. Kullanıcılar sesli arama yapmanın ötesinde, mobil teknoloji uygulamalarını da etkin bir şekilde kullanabilecekleri operatörleri tercih etmektedirler. Avea, Türkiye’nin “en beğenilen ve tercih edilen” şirketi olma vizyonu çerçevesinde teknoloji ve insan gücüne yatırımlarını devam ettirmektedir. Hem kurumsal hem de bireysel kullanıcılara yenilikçi ve kaliteli hizmet sunmayı temel ilke olarak benimseyen Avea, sunduğu ürünler ile alanında farklılaşarak, pazar payını artırmayı ve kârlı büyümesini sürdürmeyi hedeflemektedir.





## Avea video reklamı kampanyası verileri

Yayın Süresi: 84 saat  
Toplam Gösterim Sağlanan Site: 8.960  
Toplam Video İzlenme Sayısı: 1.510.780  
Toplam Etkileşim: 6.380.000

## Google AdWords 'Tıkla Oynat' (Click-to-Play) Video Reklamı

Video reklamı, Google Görüntülü Reklam Ağı tarafından desteklenen beş reklam formatından (diğerleri animasyon, metin, resim ve gadget) biridir. 'Tıkla Oynat' (click-to-play) video reklamları; kullanıcıya ihtiyaç duyduğu konuda keyifli bir reklam deneyimi yaşatmak için, görüntü ve sesin gücünü Google'ın içeriğe dayalı hedefleme teknolojisiyle birleştirir. Video reklamları; kullanıcı tarafından hareketlendirilen, diğer bir deyişle videonun oynatılması için kullanıcının tıklamasını gerektiren reklamlardır.

Reklamverenler tıklama başına maliyet (TBM) ya da bin gösterim-başı-maliyet (BGBM) ücretlendirme modeli temelinde içerik ağında video reklamı kullanabilirler.

Google Video Reklamı hakkında daha fazla bilgi için:

<http://adwords.google.com.tr/>



### \*Google Görüntülü Reklam Ağı Blast

Google Görüntülü Reklam Ağı'nda Blast, markanız ve ürünleriniz için kısa bir sürede yüksek farkındalık yaratan bir reklam kampanyası stratejisidir. Blast, Google Görüntülü Reklam ağı kapsamındaki milyonlarca kişiye 24 saat ya da 1 hafta içerisinde düşük maliyet avantajları ile çoğunlukla 'Bin Gösterim Başı Maliyet' (BGBM) modeli ile ulaşmanızı sağlamaktadır.

Google Görüntülü Reklam Ağı Blast kampanyası; 24-72 saat gibi kısa süreler içerisinde maksimum etkiyi sağlamak adına onbinlerce web sitesinde farklı boyutlarda yayınlanan video reklamlarının, İnternetteki zamanlarının büyük bir kısmını içerik sitelerinde geçiren kullanıcılara ulaşmasını sağlıyor. Tüm dünyada otomotiv, teknoloji, perakende ve hatta seçim kampanyaları için tercih edilen bu model kısa sürede milyonlarca kullanıcıya erişilmesine imkan tanıyor.

'Blast' modelinde de Google AdWords'de olduğu gibi açık artırma modeli geçerlidir. Bütçe öngörülere tarihsel verilere dayanan tahmini izlenim sayısına göre verilebilmektedir. Önceden belirlenmiş herhangi bir izlenim sayısı garanti edilmemektedir.

## Google Görüntülü Reklam Ağı Blast Kampanyası Başarı Öyküsü

Hızla büyüyen ve yoğun rekabetin yaşandığı GSM pazarında, mevcut ve potansiyel kullanıcılara ulaşmada İnternet reklamcılığının öneminin bilincine sahip olan Avea, Google AdWords'ü medya planlarının içerisinde etkin olarak kullanmaya büyük önem vermektedir. Kesintisiz ve kaliteli iletişim alanında sunulan hizmetlerin ülke genelinde bilinirliğinin artması amacı ile Google AdWords'ü tercih eden Avea, hedef kitlesini arama motorunda yaptıkları aramalarda ilintili mesajları içeren reklamlarla buluşturmak yanında görüntülü reklam ağı aracılığı ile ilgilendikleri sitelerde de bilgilendirmektedir.

Ürün ve hizmetlerinde yenilikçi anlayışı benimseyen Avea, Google reklam çözümlerinin sunduğu inovatif reklam modellerini dijital ajansı United People ile ortak çalışarak, kampanyaları kapsamına dahil etmektedir. Seçilen televizyon kampanyasının video reklamları, Avea'nın hedef kitle nezdinde bilinirliğini ve izlenme adedini artırmak amacı ile 'Google Görüntülü Reklam Ağı' (GDN) içerisindeki tüm sitelerde görüntülenme sağlayan Blast hedeflemesi ile yayınlandı.

Avea'nın kampanyası için dijital ajansı United People'in planladığı strateji çerçevesinde, Blast kampanyası tercih edilerek sadece 84 saatlik sürede Google Görüntülü Reklam Ağı kapsamında yer alan 9 bin farklı web sitesinde Avea reklam video'ları yayınlandı. Yayınlanan videolar toplamda 1.5 milyon kez izlendi.

Üç farklı açılış imajı ile yayına giren video reklamların etkisinin ölçülmesi ilk iki gün içerisinde yapılarak, en çok izlenen video reklamları tespit edildi. Yapılan optimizasyon çalışması ile izlenme oranları düşük olan video reklamlarının yayını durdurularak, kampanyanın kalan dönemindeki izlenme oranları artırıldı.

## "Bilinirliği kısa sürede artırmanın en uygun çözümü, Google Blast" - United People İnovasyondan Sorumlu Yöneticisi Burak Özyörük

### Sonuç

Yenilikçi kampanyalarını hedef kitlesi ile buluşturmayı amaçlayan Avea, Google'ın sunduğu düşük maliyetli inovatif reklam çözümleriyle milyonlarca kullanıcıya çok kısa bir sürede video reklamlarını izleme imkânına sahip oldu. Avea ayrıca, reklamların etkinliğini ölçümleyip verimli video reklamlarını ön plana çıkararak izlenme oranlarını arttırdı.