



Carte d'Or, online pazarlamada 2008'den bu yana AdWords'ü tercih ediyor...

"Hedef kitlelerine etkili ve verimli bir şekilde ulaşmak isteyen herkese Google AdWords'ü tavsiye ediyoruz."

Şükrü DİNÇER,
Algida Pazarlama Direktörü

Kim?

- Carte d'Or Türkiye
- Algida/Unilever ailesinden bir dondurma markası

NEYE İHTİYAÇ DUYDU?

- Web sitesi trafiğini artırmaya
- Web sitesi üye sayısını artırmaya
- Türkiye'de dondurma tüketimini yıl boyunca yaymaya
- Kişi başına düşen dondurma tüketim miktarını artırmaya

NE YAPTI?

- İletişim stratejileri kapsamında Google AdWords kullanmaya karar verdi.

NE KAZANDI?

- Hedef kitlesine daha etkin bir şekilde ulaştı.
- Web sitesi trafiği %73 arttı.
- Sitenin üye sayısı %19 arttı.
- Geri dönüşü %100 ölçülebilen bir reklam mecrası kullanmaya başladı.

Ürünlerinden etkinliklerine, Türkiye'yi 4 mevsim boyunca dondurmalarıyla buluşturan Carte d'Or, Türkiye pazarına 1993 yılında girdiğinden bu yana, Türk tüketicisini, toplam 57 dondurma çeşidi ve yaklaşık 500 milyon porsiyon Carte d'Or ile buluşturdu.

Tüm Türkiye'de 200.000 üzerinde satış noktasından sevenlerine ulaşan Carte d'Or, ürettiği "Dondurulmuş Tatlı" kategorisiyle Türkiye'nin yerel tatlılarını sevilen dondurmalarıyla bir araya getirerek, bu atılımıyla Unilever markaları arasında bir ilke imza attı. 2006 yılında, "Ekmek Kadayı" adlı ürünüyle dünyanın en önemli ve en prestijli gıda fuarlarından "Sial" çerçevesinde düzenlenen Sial d'Or (Altın Sial) Başarılı Yeni Ürünler Yarışması'nda "Ülke Ödülü" aldı.

Carte d'Or, daha pek çok yeni ürünü, tüketici aktivitesi, promosyonu ve reklam filmiyle tüketicileri ile iletişimini devam ettirmektedir.

İş Yaklaşımı

Algida, Türkiye pazarına girdiği 1990 senesinden itibaren düzenli kategori yatırımları ile pazar payını artırmıştır. Ancak yurtdışına kıyasla kişi başına düşen dondurma tüketiminin artırılması amaçlanmaktadır.

Firmanın en büyük hedefi, büyük bir kısmı yaz aylarında gerçekleşen tüketimi dört mevsime yayma ve kişi başına düşen tüketimi artırmanın yanı sıra; "evde yenen dondurma" denince, akla Carte d'Or'un gelmesi ve sağlıklı ve hafif bir tatlı alternatifi olarak dondurmaya, hak ettiği düşünülen yeri kazandırmaktır.

Reklam çalışmalarında genekselleşen mecraları tercih eden Carte d'Or, "Tadına Varılacak Duygular" adlı kampanyasının 2008 Nisan ayındaki lansman çalışmaları sırasında, birlikte çalıştıkları medya ajansının tavsiyesi üzerine Google AdWords kullanmaya başladı ve başarılı geçen kampanya sonrasında, 2008 yılı boyunca her kampanyasında AdWords'ü etkin olarak kullanmaya devam etti.

Doğru stratejilerle kullanıldığında ve devamlılığı olduğunda, AdWords'ün hedef kitleye ulaşmak konusunda çok etkili bir mecra olduğunu gören şirket, Google'ın bu hizmetini 2009 yılı stratejilerinde sürekli olarak kullanma kararı aldı.



Google AdWords

Google AdWords, dünyada binlerce işletme tarafından, uygun bir bütçe ile yeni müşteriler kazanmak için kullanılıyor. AdWords reklamları, hedeflenen kullanıcıların sunulan ürün ya da hizmetlerle ilgili arayabilecekleri kelimeleri kullanarak, Google'da yapılan aramanın sonuçlarında gösteriliyor. AdWords programı tıklama başına maliyet (cost-per-click) fiyatlandırması ile çalışıyor. Böylece reklam veren yalnızca reklamlarına tıklanırsa ödeme yapıyor. İhtiyaçları ölçüsünde harcama yaparak, alabildiğine geniş bir dağıtım ağının sunduğu avantajlardan yararlanıyor.

Google AdWords kullanmak ve daha çok bilgi için:
<http://adwords.google.com.tr/>

Google AdWords Başarı Öyküsü

Hedef kitlesinin arama yaptığı anahtar kelimeleri, Google Insights for Search'deki arama trendlerinden faydalanarak seçen Carte d'Or, kullanıcıların medya kullanım alışkanlıklarını da göz ardı etmedi. Hedef kitlenin hangi sitelerde vakit geçirdiği, en fazla ilgilendikleri konuların neler olduğu gibi stratejik soruların cevaplarına bu sayede ulaşan şirket, Google İçerik Ağı'ndan web siteleri seçerek, buralarda da metin reklamlar, animasyonlu bannerlar ve video reklamlar yayınladı. Yıl boyunca kesintisiz olarak devam eden AdWords iletişim planı, hem ürünlerine, hem de sitelerine olan ilgiyi arttırdı.



"İlk defa, 2008 Nisan ayında gerçekleştirdiğimiz 'Tadına Varılacak Duygular' kampanyamızın lansmanında, Medya Ajansımız Mindshare'in önerisi ile Adwords kullanmaya karar verdik. AdWords kullanmaya başlamamızla birlikte, web sitesi ziyaretçi sayısında ve üyeliklerde kayda değer bir artış yaşadık. Siteye gelen trafik %73 artarken, üyelikler %19 arttı. Aktif iletişim yaptığımız dönem içerisinde alınan trafiğin %49'u Google AdWords üzerinden oluyor. Sitemize çektiğimiz kullanıcıların bize ortalama maliyeti sadece 0,11 TL olarak gerçekleşmekte. Geri dönüşünün ölçümlenebilir olması büyük bir artı." diyen Algida Pazarlama Direktörü Şükrü Dinçer, önümüzdeki dönemlerde de AdWords kullanmaya devam edeceklerini söylüyor.

Hedef kitlelerine etkili ve verimli bir şekilde ulaşmak isteyen herkese Google AdWords'ü tavsiye ettiklerini belirten Dinçer, AdWords kampanyalarından maksimum fayda ve geri dönüş elde etmek için bu konuda faaliyet gösteren ve "Arama Motoru Tabanlı Pazarlama" konusunda uzman ajanslarla çalışmanın en iyi sonucu vereceğinin altını çiziyor.

Sonuç

Carte d'Or, hedef kitlesine etkin ve verimli şekilde ulaşabileceği ve geri dönüşü ölçülebilen bir reklam mecrasından faydalanıyor. Şirket, iletişim stratejisine dahil ettiği AdWords sayesinde, web sitesi ziyaretçi trafiğinde ve site üye sayılarında artış yaşadı, marka bilinirliğine katkıda bulunmuş oldu.