

E-Bebek.com, Google AdWords ile büyüyor



“Her bir sayfa görüntülenmesi kullanıcılar da belirli bir etki yaratıyor ve bu etkiler marka bilinirliğimize katkıda bulunuyor. Ziyaretçi sayılarımızda kaydettiğimiz artış, Google AdWords’e güvenerek doğru bir seçim yaptığımızı gösteriyor.”

E-Bebek.com Genel Müdürü
Halil Erdoğmuş



Google AdWords hakkında

Google AdWords, günümüzde binlerce şirket tarafından maliyet verimliliği yüksek bir şekilde yeni müşteriler kazanmak için kullanılıyor. AdWords anahtar sözcükleri, belirli bir ürün veya hizmet hakkında bilgi arayan web kullanıcılarını doğru bir şekilde hedefliyor ve bu kullanıcıların istediği reklamları gösteriyor. Anılan program, tıklama başı maliyet (TBM) üzerinden fiyatlandırma esasına dayandığı için reklam verenler sadece bir reklam tıkladığı zaman ödeme yapıyorlar, gösterim başına ödeme yapılmıyor. Reklam verenler çok geniş bir dağıtım ağından yararlanabiliyor ve işlerine uygun destek ve maliyet düzeyini seçebiliyor.



Hedef:

E-Bebek.com, 2001’de internet üzerinden bebek ürünleri satış ve pazarlama hizmetleri vermeye başladı. Bugün Türkiye’de hem online hem de perakende mağazacılıkta kendi sektörünün en büyüğü. E-Bebek.com, bu özelliğiyle online mağazacılığa işe başlayıp fiziki mağazacılığa sonradan geçen Türkiye’deki ilk şirket olma unvanını taşıyor. Hızlı ve istikrarlı büyümesini sürdüren şirketin, aylık ortalama cirosu 2007’de 1 milyon YTL’nin üzerine çıktı. Bu miktar, satışların geçen yıla göre yüzde 100 arttığını gösteriyor. E-Bebek.com, sadece kendi mağazalarına değil, 62 farklı elektronik ticaret sitesinin bebek ürünleri bölümüne de stok garantisini ile ürün tedarik ediyor. Ayrıca, ticari hedefi olmayan, aileleri bebeklerin gelişimi hakkında bilgilendiren bir web sitesine de (www.bebek.com) sahip.

Bebeklerin her yıl büyümesinden dolayı bebek ürünleri pazarı dinamik bir yapıya sahip. Bu nedenle sektör her yıl hedef kitlesini değiştiriyor. Bu da E-Bebek.com’un sürekli yeni ziyaretçileri çekmesini ve bu kitlenin doğru yönetilmesini gerektiriyor. E-Bebek.com için en önemli unsurlardan biri, yeni ziyaretçilerin doğru kişiler olması. Siteyi ziyaret eden kişiler arasındaki potansiyel müşterilerin sayısının çoğalması, satışların artması, tanıtım maliyetlerinin ve site maliyetlerinin azalması anlamına geliyor.

İş yaklaşımı:

E-Bebek.com reklam ve tanıtım stratejisini, bir diğer grup sitesi olan Bebek.com dışında yalnızca Google üzerine oluşturmuş durumda. E-Bebek.com, çevrimdışı pazarlamada da dergi reklamı ve katalog dağıtım gibi yöntemler kullanıyor. Marka bilinirliğini arttırmada faydalı olan bu tarz klasik yöntemler, tanıtımın konuyla ilgili olmayan kişilere de ulaşma ihtimalinden dolayı, maliyete göre düşük etkinliğe sahip. Google AdWords, hedef kitleye hitap eden tanıtımlarıyla daha etkili bir reklam kanalı. Özellikle de kampanyalar içerisinde ‘Negatif anahtar kelimeler’ belirleyebilme özelliği sayesinde reklamların hedef kitle dışında yer alan kişilere ulaşmasını engelliyor ve reklam bütçesini klasik yöntemlere göre düşürüyor.

E-Bebek.com, Google AdWords’ün etkili bir tanıtım kanalı olduğunu düşünerek, Google ile uzun zaman önce geleceğe yönelik bir iş birliğine karar verdi.

“Tanıtım stratejisinde kalite sıralamasına önem veriyoruz. Google AdWords kullanmaya başladıktan yaklaşık 1.5 ay sonra ürün satışlarımız iki katına çıktı ve kâr payımız arttı.”

E-Bebek.com Genel Müdürü
Halil Erdoğan

E-Bebek.com Genel Müdürü Halil Erdoğan, AdWords’ün tanıtım maliyetlerini düşürmeleri için gerekli tüm anahtarları sunmasını ve iş birliği sonrasında web sitesinin ziyaretçi sayısında artış yaşanmasını memnuniyetle karşıladıklarını bildiriyor. Erdoğan, “Her bir sayfa görüntülenmesi kullanıcılar arasında belirli bir etki yaratıyor ve bu etkiler marka bilinirliğimize katkıda bulunuyor. Ziyaretçi sayılarımızda kaydettiğimiz artış, Google AdWords’e güvenerek doğru bir seçim yaptığımızı gösteriyor” diyor.

E-Bebek.com, bebek ürünleri arama sorgularının ön sıralarında daha düşük maliyetlerle yer alabilmek üzere Google AdWords sıralama algoritmasını inceledi. ‘Sorgu-sonuç’ eşleştirmesiyle kullanıcının gerçekleştirdiği sorguya en uygun sayfaya ve ürüne yönlendirilmesini sağladı. Erdoğan şöyle devam ediyor: “Dünyada Google’ı ziyaret eden milyonlarca kişi var. Bu kişilerin hepsinin sitemize yönlendirilmesi bizim Google AdWords’e ayırdığımız bütçemizi fazlasıyla zorlar. Google AdWords, bizlere sunduğu anlık bütçe seçenekleriyle tanıtım bütçemizi sigortalıyor. Günlük tanıtım bütçemizi görebiliyoruz.”

“Ziyaretçilerimizin yüzde 70’i bizi Google aracılığıyla buluyor ve toplam ziyaretçilerimizin yüzde 35’i Google AdWords kanalı ile geliyor.”

Sonuçlar:

Google AdWords ile etkin maliyetli bir reklam stratejisi uygulayan E-Bebek.com, bebek ürünleri arama sorgusu sonuç listelerinin yüzde 90’ında ön sıralarda yer alıyor. E-Bebek.com, Google AdWords ile satış rakamlarını ve kâr payını arttırdı. Şirket, Google AdWords kullanmaya başladıktan yaklaşık 1.5 ay sonra ürün satışlarını iki katına çıkardı ve bu kanal üzerinden çıkan istatistiklerle insanların hangi tip ürün aradıklarını tespit edebildi. Web sitesine ziyaretlerin sıklıklaşmasıyla şirket içinde Google’a yönelik yeni düzenlemeler yapılmasına yol açtı. Erdoğan, şu ayrıntılara değiniyor: “Google ile gerçekleştirdiğimiz çalışmaları ve ilişkilerimizi yürütmek amacıyla eleman istihdam etmemiz gerekiyor. Ancak Google AdWords çalışmasını yürütecek ekibin pazarlama bölümünden olması bu kanalın kullanım verimliliğini önemli ölçüde arttıracaktır. Google AdWords’ün güçlü raporlama olanakları, E-Bebek.com’un sonlandırdığı kampanyaların işlemlerini bile izleme imkânı verdi. Şirket böylelikle sonucu üzerinden rapor ya da istatistikî bilgi indirmeye bağımlı kalmamış oldu. E-Bebek.com işe yarayan ve yaramayan kelimeleri saptayarak rapor şablonları oluşturdu. Hiçbir kanal, Google AdWords gibi ölçülebilir istatistikler sunmuyor. Bugün ziyaretçilerimizin yüzde 70’i bizi Google aracılığıyla buluyor ve toplam ziyaretçilerimizin yüzde 35’i Google AdWords kanalı ile geliyor” diyor.

E-Bebek.com, Google ile gerçekleştirdiği iş birliği sonrasında marka bilinirliğini daha da arttırdı. Müşteriler, perakende satış mağazalarının iletişim bilgilerine kolaylıkla ulaşma imkânına sahip oldular. ‘Mağazalar’ sayfasının ziyaretçi sayısı artarak ailelerin perakende mağazalara yönelmesi sağlandı. Erdoğan, “Bazen mağazalarımızdaki müşterilerimize hangi kaynaktan haber alarak bizi ziyaret ettiklerini soruyoruz. Sık sık Google cevabını alıyoruz. Google AdWords bizim hedef kitlemizle buluşmamızı sağlıyor. Bizler perakende satış mağazalarımızı ziyaret edebilecek potansiyel müşterilere ulaşmak amacıyla AdWords’ün lokasyon filtresinden sıkça faydalanıyoruz” diyor.

‘Sorgularla eşleşen metin reklamları’ sayesinde oldukça iyi dönüşüm oranlarına ve satış rakamlarına ulaşan E-Bebek.com, bunlara ek olarak mağaza satış rakamlarını web sitesi satışlarına göre daha fazla arttırdı. Erdoğan, en büyük yardımcılarının Google’ın ücretsiz bir ürünü olan ve site trafiğini ölçümlemekte kullanılan Google Analytics programı olduğunu belirtiyor ve şu anda uygulamasını test ettikleri e-Ticaret modülü sayesinde de tüm reklam kampanyalarının geri dönüşlerini ciro olarak görmeyi hedeflediklerini ifade ederek, Google AdWords’ün, ürün tanıtımları dışında iş hayatına bakış açılarını değiştirdiğinin ve kendilerini tarif edebilme yeteneklerinin geliştiğinin altını çiziyor.

Erdoğan, “Google AdWords, ürün tanıtımları dışında bizim iş hayatına bakış açımızı değiştirdi. Kendimizi tarif edebilme yeteneğimiz gelişti” diyor. E-Bebek.com, anahtar kelimeleri saptama ve reklam metinlerini oluşturma konusunda ise Google Türkiye ekibinden doğrudan destek aldı.

