



Google AdWords Başarı Öyküsü

GNC Türkiye, online hedeflerine AdWords ile ulaştı...

“E-ticaret yapmak ve marka bilinirliğini artırmak isteyen bütün firmalara AdWords’ü tavsiye ediyoruz.”

Demet **TURAN**,
GNC Türkiye
Satış ve Pazarlama Direktörü

KİM?

- GNC Türkiye
- Beslenme destek ürünlerini Türkiye ile tanıştıran ana perakende markası

NEYE İHTİYAÇ DUYDU?

- Markasının hedef kitle algısındaki bilinirliğini artırmaya
- Online arama sonuçlarında üst sıralarda yer almaya
- İnternet mağazasının ziyaretçi sayısını ve satış miktarını artırmaya

NE YAPTI?

- Web sitesini optimize etti.
- Konusunda uzman bir ajansın desteğini alarak etkin bir şekilde AdWords kampanyaları yürütmeye başladı.

NE KAZANDI?

- Marka bilinirliğini artırdı.
- Aramalarda en üst sıralarda yer almaya başladı.
- İnternet mağazası ziyaretçi sayılarında %150 ve satışlarında %104 artış yaşadı.

GNC'nin 34 uluslararası *franchise*'larından biri olan GNC Türkiye, 1994 yılında GNC ile yaptığı lisans anlaşması üzerine Bakara A.Ş. tarafından kuruldu. Beslenme destek ürünlerini Türkiye ile tanıştıran ana perakende markası olan GNC, bu ürünlerin tanımı, dünyadaki kullanımları ve ilk dönemlerde çok da net olmayan ruhsatlandırma konularıyla ilgili olarak (başta ilgili devlet mercileri, sağlık profesyonelleri ve diğer birimlerle) etkili bir şekilde bilgi paylaşarak sektörünün temel prensiplerini belirlemede önemli bir rol oynadı. GNC Türkiye, beslenme destek ürünleri sektörünün gelişimine destek vermenin yanı sıra, bu sektöre giren diğer markalara da bir yol gösteren oldu.

1998 yılında ilk mağazasını açan şirket, 2004 yılı itibarıyla etkili bir yayılım stratejisi uygulamaya başladı. Stratejisinin başarısına karşılık, GNC Amerika tarafından, 2004 yılında 34 *uluslararası ülke içerisinde en etkili yayılımı sağlamış olan ülke* seçilerek "Country of The Year; **Best Penetration Performance**" ödülüne layık görüldü.

Hemen ertesi yıl ise, Türkiye'de yükselen satış performansı ile, alanında alabileceği ödüllerin en önemlisi olan; *cirosal anlamda en fazla büyümeyi yakalayan ülke*, yani "Country of The Year; **Highest Country Achievement**" ödülünü aldı. Aynı yıl, Ankara Karum GNC mağazası, tüm uluslararası GNC satış noktaları arasında "En verimli satış noktası" ödülüne hak kazandı. GNC Türkiye, 2007 yılında ise Anka Mall mağazasının *yılın mağazası*, "Store of the Year" ödülünü almaya birlikt GNC Amerika tarafından, "Country of The Year and Store Of The Year"; **Award of Excellence** ödülüne layık görüldü.

2008 yılında gösterdiği %21'lük büyüme performansı ile Doğal Beslenme Destekleri pazarına önemli bir katkıda bulunan GNC Türkiye, pazarlama stratejisini ekonomik krize özel olarak yeniden kurgulayarak 2009 krizini de %19'luk bir büyüme ile atlattı. Aynı yıl, mağaza sayısını 50'nin üzerine çıkardığı için "Store Development Recognition (+50 Stores)", yayınladığı reklam filmi için "Best Marketing Idea" ve *en çok Gold Card satışı gerçekleştiren ülke* performansını gösterdiği için de "Gold Card Sales Achievement" alanlarında da Award of Excellence ödülleri alan şirket, 2010 Mayıs sonu itibarıyla internet mağazası da dahil olmak üzere toplam 14 ilde 55 mağaza ile müşterilerine hizmet vermeye devam ediyor.

"Doğru beslenme yöntemleri kullanarak alınması gereken önlemlerin hastalandıktan sonra değil, hastalanmadan evvel alınabilmesi ve böylece daha sağlıklı, daha kaliteli bir yaşamın benimsenmesi" gerektiği görüşünde olan GNC Türkiye, yurtdışında çok yaygın olarak kullanılan bu ürünlerin Türkiye'de de tanınması, araştırılması ve koruyucu beslenme (preventive nutrition) konusunda bilincin artırılması hedefiyle çalışmalarını sürdürüyor.

İş Yaklaşımı

Markasının hedef kitle algısındaki bilinirliğini artırmak ve arama motorlarında yapılan aramalarda en üst sıralarda yer alarak, internet mağazasını diğer mağazaları arasında ciro anlamında ilk 10'a sokmak gibi motivasyonlarla hareket eden GNC Türkiye, 2009 yılında internet sitesini yenileyerek şirketi aradığı başarıya götürecekt pazarlama yöntemlerini araştırmaya başladı.

GNC Live Well.



Google AdWords Başarı Öyküsü

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/>

Konusunda uzman bir ajanstan destek almanın en doğru yöntem olduğuna karar veren GNC, 2009 yılında etkin olarak AdWords kullanmaya başladı. Bu konuda birlikte çalıştığı ajansı Kubix'ten aldığı eğitimler ve bilgiler doğrultusunda Google Analytics'ten de faydalanmaya başlayan şirket, kampanyalarının, diğer portallarla yaptığı çalışmaların ve gönderdiği kampanya amaçlı e-maillerin tıklama bazında geri dönüşlerini takip etti. Google Arama Trendleri ve Google Trends gibi araçların da yardımıyla, ön plana çıkarması gereken ürünlerin ve konuların yanı sıra, sektöründe oluşan eğilimleri de öngörebilmeye başladı.

GNC Türkiye için bir Google CPC (Cost-per-click) stratejisi hazırlayan Kubix, çok detaylı bir çalışmayla önce sağlık, beslenme, diyet, spor gibi konularla ilgili trendleri, rakipleri, diğer uygulamaları analiz etti. GNC, ajansı ile birlikte, ön plana çıkarmak, tanıtımını yapmak ve satışını artırmak istediği ürünlerle ilgili kampanya metinleri ve alt sayfalar kurguladı. Kampanyalardan alınan sonuçlar ışığında onları yeniden gözden geçirerek stratejilerini sık sık güncelleyebilme fırsatından yararlandı.

GNC Türkiye, her ayın sonunda mevsim ve sezon doğrultusunda online trendleri değerlendirerek, bir sonraki ayın AdWords kampanyalarına ajansı ile birlikte karar veriyor. Web sitesini ise Google Web Sitesi Optimize Edici yardımıyla geliştiriyor.



GNC Türkiye Satış ve Pazarlama Direktörü Demet Turan: "Google AdWords'ü e-ticaret yapma amacı olan ya da ilgili olduğu sektördeki marka bilinirliğini artırmayı hedefleyen büyük ya da küçük tüm firmalara tavsiye ediyoruz. Küçük bütçelerle bile büyük farklar yaratan ve ölçülebilir bir iletişim yöntemi olduğunu düşünüyoruz. Yaptığınız her harcamanın geri dönüşünü saniye saniye takip edebiliyorsunuz. Beklenmedik gelişmelere anında müdahale ederek, olumsuz gidişatı pozitif çevirebilmeniz mümkün. Bu da zarar etme şansını sıfıra indiriyor. İyi planlama yapılarak ve doğru bir hedef koyularak yapıldığında ise yüksek rakamlara ulaşan bir kar elde etmeniz mümkün. Bu konuda ajansımız Kubix'in bizi doğru yönlendirmesi ve danışman olarak her an yanımızda olması başarımızın sırrı oldu." diyor.

AdWords hesabını doğru yönetebilmenin işin en önemli kısmını oluşturduğunu belirten Demet Turan, kampanyalarla erişilmek istenen hedefin çok iyi belirlenmesi gerektiğine işaret ediyor. Turan, AdWords kullanmaya başlamadan önce, alt yapısı belirli standartlar doğrultusunda optimize edilmiş bir web sitesine sahip olmanın önemini de vurguluyor ve bu konularla ilgili olarak bir ajansın desteğinin dışında Google Webinarları'nı da tavsiye ediyor.

Sonuç

AdWords kampanyaları sayesinde bilinirliğini artıran ve arama sonuçlarında en üst sıralarda yer alarak online hedeflerine ulaşan GNC Türkiye, internet mağazasının ziyaretçi sayısını 2010 yılı Mayıs ayı itibarıyla bir önceki yıla kıyasla % 150 artırırken, sitesi üzerinden yaptığı satışlarda ise %104 oranında bir artış yakaladı. Şirket, web sitesinin arama motoru optimizasyonunu maksimum düzeyde yapmaya devam edip AdWords'ü etkin şekilde kullanarak, yakaladığı başarıyı artacak şekilde devam ettirmeyi hedefliyor.

* Aslı Ayhan – Pazarlama Uzmanı, Demet Turan – Satış ve Pazarlama Direktörü, Ceyda Mirel – Kurumsal İletişim Asistanı