



GOOGLE ADWORDS 'TIKLA OYNAT' VIDEO REKLAMI BAŞARI ÖYKÜSÜ

RealAge, "Google AdWords Video Reklamı" kullandı, 20 günde 11 bin kişiye gerçek yaşını hesaplattı

"Google Video Reklamı kampanyasıyla 1 kuruşla olabilecek en fazla geri dönüşü kazandık."

Gülbin Çoruh
RealAge Portal Yöneticisi

RealAge®
Gerçek Yaşınızın
Adresi

KİM?

- RealAge Türkiye
- Tıbbi Sağlık Portalı
- www.realage.com.tr
- İstanbul
- Zengin sağlık içeriği

NEYE İHTİYAÇ DUYDU?

- Üye sayısını arttırmak
- Gerçek yaş testine ilgi çekmek

NE KULLANDI?

- Google Video Reklamı

NE KAZANDI?

- Yüksek geri dönüş oranı: Reklamı izleyenlerin yüzde 15'i 'RealAge Gerçek Yaş Testi'ni tamamladı.
- Çok düşük tıklama başına maliyet: Videoyu izletme maliyeti 1 kuruş



SEM A.Ş. Yönetici Ortağı Cem Özkaynak, RealAge Portal Yöneticisi Gülbin Çoruh

RealAge tıbbi sağlık portalı olarak, aynı isimli kitabı New York Times En Çok Satanlar listesinde 1 numaraya yerleşen ünlü doktor Michael Roizen tarafından ABD'de 1999'da kuruldu. Site ilk kurulduğunda içeriği Dr. Roizen'in hazırladığı 'Gerçek Yaş Testi'nden oluşuyordu. Mehmet Öz gibi ABD'de tanınmış doktorlardan oluşan bir kurul tarafından içeriğinin geliştirilmesiyle, bugün 17 milyon üyesi olan bir sağlık medya şirketi haline geldi. Şirketin sağlıklı yaşam konusunda kitap, egzersiz dvd ve cd gibi ürünleri bulunuyor.

Türkiye'de 2006'da yayına başlayan RealAge, Doğan Grubu altında faaliyet gösteriyor. Üye sayısı 1 milyon olan portal, aylık 700 bin ziyaretçiye ve 7.5 milyon sayfa görüntülemesine sahip bulunuyor. Gelir modeli olarak, izinli e-posta pazarlama, sponsorluk ve banner satışı ile çalışıyor.

İş yaklaşımı

RealAge, 2007'den bu yana bir iletişim kanalı olarak Google AdWords ile çalışıyor. RealAge sağlığına önem veren ve bu yönde kendine yatırım yapan üye sayısını Gerçek Yaş Testi ile arttırmayı hedefledi. Gerçek Yaş Testi; genel sağlık durumu, kişisel bilgiler, tıbbi geçmiş, yaşam tarzı, geçmiş tedaviler gibi konulardaki sorulara verilen yanıtları değerlendirerek kişinin gerçek yaşını hesaplıyor. Kişiye kendini nasıl gençleştirebileceği konusunda da ipuçları veren test 300'e yakın soru içeriyor.

"Diğer kampanyalara göre RealAge için hazırladığımız Google etkileşimli video çalışmasında 10 kat daha fazla yatırım geri dönüş oranı sağladık."

Cem Özkaynak - SEM A.Ş. Yönetici Ortağı

Soru sayısı göz önüne alınınca Gerçek Yaş Testi'ne ilgi çekmek için farklılık yaratma gereği duyuldu. RealAge, hedeflediği kişilere nasıl ulaşacağı konusunda doğru kanalı ararken Google çözümleri ile tanıştı. RealAge; daha çok kişinin 'Gerçek Yaş Testi'ni doldurması için, Google AdWords altındaki yenilikçi ve farklı bir reklam formatı olan Video Reklamı kampanyasını kullandı. RealAge'in Google reklam kampanyası, AdWords Qualified Company sertifikasına sahip olan SEM A.Ş. tarafından yönetildi. SEM A.Ş.

REALAGE VIDEO REKLAMI KAMPANYA VERİLERİ

Yayın süresi: 20 gün
Toplam görüntülenme: 4.353.893
Videoyu oynatan kullanıcı: 300.000
RealAge'i ziyaret eden kullanıcı: 77.000
Gerçek Yaş Testi'ni dolduran kullanıcı: 11.000
Maliyet/Oynatma: 1 Ykr



GOOGLE ADWORDS 'TIKLA OYNAT' VIDEO REKLAMI

Video reklamı, Google içerik ağı tarafından desteklenen beş reklam formatından (diğerleri animasyon, metin, resim ve gadget) biridir. 'Tıkla Oynat' video reklamları; kullanıcıya ihtiyaç duyduğu konuda keyifli bir reklam deneyimi yaşatmak için, görüntü ve sesin gücünü Google'ın arama hassasiyeti ile birleştirir. Video reklamları; kullanıcı tarafından hareketlendirilen, diğer bir deyişle videonun oynatılması için kullanıcının tıklamasını gerektiren reklamlardır. Reklamverenler tıklama başına maliyet (CPC) ya da bin gösterim-başı-maliyet (CPM) ücretlendirme modeli temelinde içerik ağında video reklamı kullanabilirler.

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



(www.semtr.com) Yönetici Ortağı Cem Özkaynak, video reklamının RealAge'in stratejisine çok uygun bir kampanya olduğunu belirtiyor: "Video reklamının 'Gerçek Yaş Testi'ne dikkat çekmek üzere çok doğru bir ürün olduğunu düşündük ve RealAge'e önerdik. RealAge TV programlarında zaten bir tanıtım videosu kullanıyordu. Bu videoyu Google Video Reklamı formatına uyarladık."

Bu kampanyada, RealAge'in TV programında kullandığı tanıtım videosunun Google içerik ağındaki (Content Network) sağlıkla ilgili anahtar kelimeler içeren sitelerde yer alması planlandı. Kampanya Google içerik ağında, anahtar kelime hedefli tıklama başına maliyetle, tamamen video formatında gerçekleştirildi. Bu sitelerin ziyaretçileri buldukları sayfada Google sponsor bağlantılarına ayrılan alanda 'Gerçek Yaşınızı Öğrenin' sloganı ve sabit bir reklam görseli ile RealAge videosunu gördü. Ziyaretçinin sabit görselin üzerindeki 'oynat (play)' butonuna tıklamasıyla video başladı. Ziyaretçiler reklamı izledikten sonra ya da izlerken üstüne tıkladıklarında, RealAge sitesindeki Gerçek Yaş Testi sayfasına yönlendirildiler.

Sonuçlar

RealAge, Google Video Reklamı kampanyasıyla internet kullanıcıları ile farklı bir etkileşim sağladı. Videoyu oynatan ziyaretçiler, videoya tıkladıklarında RealAge web sitesindeki teste ulaştılar. Testi doldurduktan sonra hem gerçek yaşlarını öğrendiler hem de RealAge'e üye oldular.

RealAge için hazırlanan Google Video Reklamı 20 gün yayınlandı, 4 milyonun üzerinde gösterildi. Yaklaşık 300 bin kişi videoya tıklayıp, izledi. Videoyu izleyenler içinde 77 bini aşkın kişi RealAge sitesini ziyaret etti. Tıklayıp videoyu izleyenlerin yüzde 15'i olan yaklaşık 11 bin kişi RealAge üyesi oldu ve testi tamamladı. Özkaynak, bu geri dönüş oranının normalde içerik ağında yayınlanan diğer tür reklamlara, metin ve banner uygulamalarına göre olağanüstü derecede yüksek bir oran olduğunu söylüyor. Özkaynak, "Diğer kampanyalara göre etkileşimli video çalışmasında 10 kat daha fazla yatırım geri dönüş oranı sağladık. Ayrıca bu hesaplama, teste başlayıp daha sonra tamamlayanların tümü dahil değil. Kampanya süresince testi yarım bırakanları takip ettik, tamamlaması için onlara hatırlatıcı e-postalar gönderdik. Yarım bırakanlar testi tamamlamak istediğinde de kaldığı yerden başlayabilme olanağı sağladık. Düşük maliyetli ama çok etkili bir kampanya oldu. Videoyu izletme maliyeti 1 kuruşa kadar düştü" diyor.

Google Türkiye Müşteri Yöneticisi Mahir Erkan, reklamverenin bilinçli olması ve Google AdWords sistemini iyi tanımasının kampanya verimliliğine getirdiği katkıya dikkat çekiyor: "RealAge interaktiveyi sağlamak konusunda bilinçliydi. Test yarım kaldığında kişilere testi tamamlaması için hatırlatıcı e-postalar gönderdi. Google yaklaşımında biz size bir avuç tohum veriyoruz, siz bu tohumu havaya atıyorsunuz, bunun bir kısmı toprağa, bir kısmı da asfalta düşebilir. Reklamveren olarak sizden beklentimiz; toprağa düşen tohumlarla ilgilenen, su verin, toprağı çapalayın, tohumu geliştirin. RealAge bunu çok doğru bir şekilde yaptı."

RealAge Portal Yöneticisi Gülbin Çoruh, RealAge olarak yapılan aramalarda ilk sayfada, ilgili konularda yapılan aramalarda üçüncü sırada çıktıklarını belirtiyor: "Google ile etkisi hala devam eden çok başarılı çalışmalar yaptık. SEM A.Ş. ile çalışmaktan inanılmaz keyif aldık. Google şu anda ilk üç büyük trafik kaynağımız arasında yer alıyor. Uzun vadede yüksek sonuçlar almamıza yardımcı oldu. En anlamlı geri dönüşleri Google reklamlarından alıyoruz ve Google bize doğru üyeyi kazandırıyor. Google AdWords ile reklam çalışmasına 'bir deneyelim, görelim' diyerek başlıyorsunuz. Arkasından biraz daha yatırım yapıp, o geri dönüşü daha yukarılara çekmek istiyorsunuz, giderek bağımlı oluyorsunuz. Google ile hedeflerimize ulaşacağımıza inanıyoruz, birlikte çalışmaya devam edeceğiz."