

TEB, Express Kredi başvurularının dörtte birini Google üzerinden alıyor



“Google finans alanında güçlü bir yön bulma aracı. Google AdWords reklamları TEB’in internet üzerindeki geri dönüşü en yüksek tanıtım kanalı oldu.”

TEB Şube Dışı Bankacılık Yöneticisi Deniz Devrim Cengiz



GOOGLE ADWORDS HAKKINDA

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 hedefler 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 ödem yapılmıyor. Reklam verenler çok geniş bir dağıtım ağından yararlanabiliyor ve işlerine uygun destek ve maliyet düzeyini seçebiliyor.



Hedef:

Türk Ekonomi Bankası A. Ş. (TEB) bankacılık faaliyetlerine 1927’de başladı. Türkiye’ye ilk özel bankacılık uygulamasını getiren TEB, kurulduğu yıldan bu yana genişlettiği şube ağı, ürün ve hizmet çeşitliliğiyle yatırım, leasing, faktoring, sigorta ve portföy yönetimi gibi finans sektörünün çeşitli alanlarında aracılık faaliyetlerini sürdürüyor. Şubat 2000’de halka açılan TEB’in yüzde 84,25 oranındaki hissedarı TEB Mali Yatırımlar A. Ş., 2005’te dünyanın 6., Euro Bölgesi’nin en büyük bankası olan ve 87 ülkede faaliyet gösteren BNP Paribas ile ortaklık anlaşması imzaladı. 2005’te 78 şube ile başlayan yolculuk, bugün 250 şubeye ulaştı. Müşteri sayılarının 2 yıl içinde yüzde 350 oranında arttığını belirten TEB Şube Dışı Bankacılık Yöneticisi Deniz Devrim Cengiz, yıl sonunda 300’e yakın şubeye hizmet vereceklerini söylüyor.

İş Yaklaşımı:

Ürün çeşitliğini yenileyen ve finansal süpermarket olma yolunda ilerleyen TEB, sektöre yenilikler getirme konusunda çeşitli çalışmalar yapıyor. Birçok projeye imza atan TEB’in projelerinden biri de Express Kredi uygulaması. Express Kredi, TEB müşterilerinin ve henüz müşterisi olmayan hedef kitlesinin rahatlıkla kredi başvurusu yapabileceği ve kredi sonucunu sadece saniyeler içinde öğrenebileceği bir uygulama. Cengiz, “Metro bekleyen müşterimiz, o esnada kredi başvurusunu yapıyor ve metro diğer durağa ulaşmadan başvuru sonucunu öğrenebiliyor. Bu uygulama insanların kredi başvuru sürecini kolaylaştırmak için tasarlandı” diyor. Hız anlamında farklılığını ortaya koyan TEB, müşterilerinin internet şubeleri, ATM’ler, telefon şubesi, kısa mesaj servisi ve tüm şube kanallarının entegre olduğu bir yapıyla kredi başvurusu yapmalarına olanak tanıyor.

TEB, Express Kredi kampanyası ile ilgili farklı birçok reklam kanalı üzerinden tanıtımlar yaptı. Yaptığı tanıtım çalışmalarının gerçekten hedeflediği kitleye ulaşması ve bunun ölçümlenebiliyor olması banka için büyük önem taşıyordu. Mevcut internet bankacılığı müşterilerinin internette yön bulmak üzere kullandıkları araçları incelediğinde en yoğun ilginin Google’a ait olduğunu gören TEB, internetteki tanıtım kanallarına Google AdWords’ü de ekleme kararı aldı. Cengiz, “İnternet üzerinde hizmet veren çeşitli

şirketlerle 3 ay boyunca test çalışması yaptık. En başarılı sonuçlara Google aracılığıyla ulaştık. Google arama motorunda yapılan AdWords kampanyalarının ölçümlenebiliyor olması tercihimizde önemli rol oynadı. Google ile uzun süreli bir işbirliği yapmaya karar verdik. Google AdWords ile kampanya üzerinden gelen potansiyel kredi başvurularını ve başvurulara verilen kredi bilgilerini sıkıca takip edebiliyoruz. Google finans alanında güçlü bir yön bulma aracı. Kampanyamızın geri dönüşlerini değerlendirdiğimizde Google ile daha uzun süreli bir işbirlikliliğine gitme kararı aldık” diyor. Cengiz, Google AdWords üzerinde gerçek zamanlı ölçümlene yapabilmelerinin kritik öneme sahip olduğunu ifade ediyor.

Reklam kampanyaları konusunda en önemli ve güçlü kanallardan biri de internet. Kişilerin aradıkları bilgilere çok hızlı erişmelerini sağlayan bu kanal, şirketlerin ürün ve hizmetlerini kolaylıkla tanıtılabileceği bir mecra. Her internet kullanıcısı, istisnasız bir şekilde Google’ı kullanıyor. Google, şirketlerin internet üzerindeki reklam kampanyalarını Google AdWords uygulamasıyla etkin bir mekanizmaya dönüştürüyor.

“Türkiye’deki internet kullanıcılarının, internette finansla alakalı davranışlarına ilişkin bir pazar araştırması yaptık. Bu araştırmada Türkiye’de internet kullanıcılarının yüzde 70’inin finans konuları ile ilgili arama yaptığını gördük. Bu aramalar içinde ilk iki sırada banka kredileri ve kredi kartları ile alakalı aramalar yer alıyor. Dolayısıyla TEB’in amaçlarına uygun ilerlediği yolda Google doğru bir araç olacaktı.”

Dilek Sayın - Google Türkiye Finans Sektör Müdürü

“Bireysel bankacılık çok dinamik bir yapı. Rekabet çok kuvvetli. Bu noktada bizler müşterilerimiz kadar hızlı olmak durumundayız. Google ekibinin sektörü iyi tanıyor olması, bize bu hızı kazandırdı.”

Her ölçekteki şirkete etkili bir reklamcılık deneyimi sunan Google AdWords, reklam kampanyalarının verimliliğini izleyebilme ve ayrıntılı performans raporlarına erişim özellikleri sunuyor. TEB, internet üzerindeki reklam çalışmalarında kişilere Express Kredi’yi tanıtmayı, tanıtımı gerçekleştirdikten sonra kullanıcıları kendi web sitesine yönlendirmeyi, yarattığı trafik ile kredi başvurusu yapmalarını istiyordu. Cengiz, “Google arama motorunda banka kredisi ile ilgili arama yapan bir kişi, bizim reklam mesajımızı görüp, reklam metnini tıklayıp, web sitemizde kredi hakkında bilgi alabiliyor, başvuru yapabiliyor ve sonucuna anında ulaşıyor. Müşterilerimize hiçbir yere gitmeden tamamlanan kolay bir başvuru süreci sunuyoruz” diyor.

Sonuçlar:

TEB’in verdiği aylık kredilerin yüzde 10’luk hacmini Express Kredi’ler oluşturuyor. Express Kredi başvurularının yüzde 52’si internet kanalı üzerinden geliyor. Google’un sağladığı kredi başvurusu ise dörtte birlik bir paya sahip. Cengiz, “Bu sonuçları gördükçe Google’a daha fazla yatırım yapmaya karar verdik ve internet üzerindeki reklam bütçelerimizi daha da artırdık” diyor. TEB, Google AdWords ile reklam kampanyasına başladıktan sonra AdWords reklamlarına aldığı tıklamalar doğrudan kredi başvurularına yansıdı. Google AdWords reklamları TEB’in internet üzerindeki geri dönüşü en yüksek tanıtım kanalı oldu. TEB, reklam verdiği mecralardaki yatırım geri dönüşünü ölçümlendiğinde Google AdWords’ün, internet üzerinde reklam verdiği diğer kanallara göre 1/7 oranında maliyet avantajı sağladığını belirledi.

TEB, Google AdWords kampanyalarının yönetimi için Google Türkiye ekibi ile doğrudan çalıştı. Böylelikle kampanya yapısının kurulması, anahtar kelime listelerinin oluşturulması, reklam metinlerinin yazılması ve kampanyanın sürekli takip edilmesi gibi konularda ücretsiz danışmanlık hizmetlerinden de yararlandı. Tanıtımlardaki sayfa düzeninin daha profesyonel hazırlanması, kampanyanın hedeflenen kitleye daha etkili ve hızlı bir şekilde ulaşmasını sağladı. Cengiz, “Bireysel bankacılık çok dinamik bir yapı. Rekabet çok kuvvetli. Bu noktada bizler müşterilerimiz kadar hızlı olmak durumundayız. Google ekibinin sektörü iyi tanıyor olması, projenin hızlı bir şekilde yürümesini sağladı.”

Google ile yaptıkları çalışmanın bir internet sitesine banner reklamı koymaktan farklı olduğuna dikkat çeken Cengiz, “İnsanlar arama motorlarında çok fazla sözcük arıyor. Arama motorunda bir mesaj çıkıyor ve o mesaj kişiyi sitemize yönlendiriyor. Kampanyamızı hangi sözcüklerle ve hangi şartlarda göstereceğimiz konusunda doğru sonuçlara ulaşmak için doğru ölçüm yapmamız ve sürekli izlememiz gerekiyor. Bunun için bir optimizasyon süreci geçirdik. Daha geniş anahtar sözcük listesiyle tıklama başına maliyetlerimizi, kampanyaya başladığımız zamana göre 1/12 oranında düşürdük” diyor.

