



“ Bu süreçte başka hiçbir pazarlama kanalı kullanmadan sadece Google AdWords kampanyamıza odaklandık.”

ÖZLEYİŞ PAMİR, Türk Telekom İnteraktif Pazarlama Müdürü

KİM?

- Türk Telekom
- Telekomünikasyon şirketi
- İstanbul
- “TT Çocuk”
- <http://www.ttcocuk.com/home/index.aspx>

NEYE İHTİYAÇ DUYDU?

- “TT Çocuk” portalının bilinirliğini artırmak
- Türkiye'nin en çok ziyaret edilen çocuk portalı olabilmek
- Her geçen gün yeni üye kazanmak.

NE YAPTI?

- Google AdWords İçerik Ağ'ında video reklamları ve Arama Ağ'ında arama motoru reklamları kullandı.

NE KAZANDI?

- Beş ay gibi kısa bir sürede 50.000 yeni üye
- 4 milyon tıklama
- Google Video reklamlarında 40.000 playback (film izleme)

Google AdWords Başarı Öyküsü

Türk Telekom AdWords kullandı, 4 ayda 50.000 yeni üye kazandı...

1840 yılından bu yana Türkiye'nin mevcut en gelişmiş ve yaygın iletişim ağına sahip olan Türk Telekom; sabit, mobil ve internet hizmetlerini bir arada sunabilen tam entegre servis sağlayan bir grup şirkettir. Türk Telekom grup şirketlerinin 31 Mart 2009 itibariyle 17,3 milyon sabit hat, 6 milyon ADSL hattı ve 12,6 milyon GSM abonesi bulunmaktadır. Şirket, tüm ülkeyi kapsayan modern şebeke altyapısıyla Türkiye genelindeki bireysel ve kurumsal müşterilerine geniş bir hizmet yelpazesi sunmaktadır. TTnet, Argela, Innova, Sebit, AssisTT ve Sobee şirketlerinin % 99,9'una sahip olan Türk Telekom, aynı zamanda Türkiye'deki üç GSM operatöründen biri olan Avea'nın hisselerinin %81'ine de sahiptir. Türk Telekom yetkilileri iletişim alanında sundukları tüm servislerde 'Yüzde Yüz Müşteri Memnuniyeti' ilkesini benimsemekte ve her zaman, her alanda müşteri odaklı, entegre iletişim çözümleri ile hızlı, kaliteli, ekonomik hizmetler sunmaktadır.



İş Yaklaşımı

Türk Telekom, hızla gelişen internet dünyasında da yenilikçi çözümler sunmaktadır. Yaş ortalaması 27 olan genç nüfusu ile Türkiye, diğer Avrupa ülkelerine oranla internet kullanımında büyük bir potansiyele sahiptir. Türk Telekom özellikle gençlere ve çocuklara internet dünyasında kaliteli içeriğe erişim imkanı sağlamayı hedeflemektedir. Bu doğrultuda da TT, 23 Nisan 2009 tarihinde çocukları hedef alan, yeni bir platform tasarladı. Bu platform, çocukların eğlenirken, öğrenebilecekleri, fikirlerini paylaşabilecekleri “TT Çocuk” isimli yeni bir portaldır. ‘TT Çocuk’ sadece Türk çocuklarına değil tüm dünya çocuklarına hizmet vermenin amaçlandığı bir portaldır. Portalda sunulan yabancı dil seçeneği ile Türkçe dili dışındaki dilleri konuşan çocuklar da TT Çocuk portalının kolayca üyesi olabilmektedir.



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 bir 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/>

Dünyada ilk sayılabilecek eşsiz bir uygulamaya imza atarak; Google'ın çeviri hizmeti ürünü olan Google Translate ile birlikte yeni bir sohbet platformu geliştiren TT Çocuk "Aynı dilde olmasak da aynı dili konuşuyoruz" sloganını gerçeğe çevirmiştir. TT Çocuk platformunda yer alan "Türkçe Öğren" bölümünde ise, İngilizce ve kendi ülkelerinin dillerini bilen dünya çocuklarına günlük hayatta sıkça kullanılan bazı Türkçe kelimelerin öğretilmesi amaçlanmıştır. Türk Telekom yetkilileri 'Çocukların buluşma noktası' olarak tanımladıkları bu portalı, Türkiye geneline yayabilmek amacı ile lansman dönemi ve sonrasında tanıtım kanalı olarak Google AdWords programını kullanarak dört ay gibi kısa bir süre içerisinde 50.000 yeni üyeye taşımayı başardı. Türk Telekom İnteraktif Pazarlama Müdürü Özleyiş Pamir, portalın lansman döneminde yaptıkları tanıtım çalışmalarının planlama aşamalarını şu şekilde ifade etti: "TT Çocuk portalının pazarlama sürecinde en uygun kanalı kendi içimizde tartışırken, hedef kitlemiz olan çocuklar ile doğru buluşma noktamızın arama motoru reklamcılığı olduğunda karar kıldık. Çocukların arama tercihlerinde Google'ın birinci sırada yer aldığını bildiğimiz için Eylül 2008 itibarı ile Google AdWords kampanyamızı hayata geçirdik. Bu süreçte başka hiçbir pazarlama kanalı kullanmadan sadece Google AdWords kampanyamıza odaklandık."

TT Çocuk portalını Türkiye'nin en çok ziyaret edilen çocuk portalı haline getirmek misyonuyla planlanan Google AdWords kampanyasında Türk Telekom, arama motoru pazarlaması konusunda uluslararası deneyime sahip Kubix ajansı ile birlikte çalıştı. Kubix, her servis için farklı bir kampanya stratejisi belirleyerek, sitenin üye sayısını arttırmayı ve kullanıcıların portal'da vakit geçirme süresini uzatmayı hedefledi. Kubix, Google Arama Ağı reklamları dışında Google İçerik Ağı'nda portal'ın bilinirliğini artırmak ve hedef kitlenin bulunduğu her noktada TT Çocuk'a ilgiyi yönlendirebilmek amacı ile Google video ve resim reklamları (banner) da kullandı. Türk Telekom yetkilileri Google Video Reklamlar ile ilgili olarak şu değerlendirmede bulundular: "Google video reklamlarının bu kadar etkili ve başarılı olacağını tahmin etmiyorduk. Beklentilerimizin üzerinde sonuçlara ulaşmayı başardık. Google video için özel hazırladığımız TT Çocuk filmlerimiz günde ortalama 40.000 kişi tarafından tıklanıp izlendi. Bir filmi izletmenin maliyeti bize yaklaşık 1 kuruşa mal oldu. Bu başarıyı, aynı reklam filmi ile farklı bir mecra olan televizyon ile yakalamamız mümkün değildi." İlk kez, TT Çocuk projesi aracılığı ile Google AdWords reklam programından haberdar olan Türk Telekom, dört aylık tanıtım sürecinde 4 milyon tıklama, 50.000 yeni üye kazandı. Reklam kampanyası süresince her aşamayı ölçümleyen ve gerekli gördüğü yerlerde düzeltmeler yapan Türk Telekom, bu kampanyasında başarılı bir geri dönüş elde etmiş oldu. Diğer pazarlama kanallarında yakalanması güç olan maliyetler ile her bir TT Çocuk ziyaretçisini siteye yönlendirebildi. Türk Telekom, Google AdWords ile hedeflediği kitle ile buluştu ve marka bilinirliğini daha da arttırdı.

Sonuç

Türkiye'nin en köklü iletişim şirketi olan Türk Telekom, Google AdWords ile TT Çocuk projesinde yeni üye kazanımı anlamında hedeflenen sonuçların üzerinde bir başarı yakaladı. Türk Telekom, TT Çocuk projesi için Google reklam programlarını etkin olarak kullanmaya devam ederken, yeni ürün ve hizmetlerinin tanıtımında da Google AdWords'ü pazarlama planlarının etkin bir parçası olarak kullanmaya devam ediyor.