



## Google AdWords Başarı Öyküsü

### Wall Street Institute, aradığı tanıtım mecrasını AdWords'de buldu...

“AdWords, esnekliği ve detaylı geri ölçümlenebilirliğiyle işimizi büyük ölçüde kolaylaştırdı.”

**Hüseyin TANRIÖVEN,**  
WSI Genel Müdürü

#### KİM?

• İngilizce dil okulu Wall Street Institute

#### NEYE İHTİYAÇ DUYDU?

- Daha geniş kitlelere ulaşmaya
- Tanıtım masraflarını düşürmeye
- Daha çok potansiyel satış yaratmaya
- Marka bilinirliğini artırmaya

#### NE YAPTI?

• Yıllardır AdWords'ü kullanarak edindiği tecrübeye ve bilgilere ek olarak, Arama Ağı Dönüşüm Hunisi'nden yararlanarak dönüşümlerini artırdı.

#### NE KAZANDI?

- Dönüşüm edinme başına maliyeti düştü
- Satış hacmi, potansiyel satış kalitesi, web sitesi ziyaretçi sayıları ve aylık dönüşüm sayıları arttı
- Potansiyel satış yaratan telefon aramaları arttı



2001 yılında bireylere ve kurumlara İngilizce dil eğitimi vermek amacıyla kurulan Wall Street Institute (WSI), kuruluşundan bu yana istikrarlı bir şekilde büyüdü. Son yedi senede iş hacmini yaklaşık 4 kat artıran şirket, 2009 yılı itibarıyla yılda yaklaşık 6000 öğrenci kaydı yapar hale geldi. Şirket, ulaştığı ekonomik büyüklük, pazardaki duruşu ve pazara getirdiği yeniliklerle kendi alanında lider firma konumuna ulaştı. Bu gelişime ve sahip olduğu potansiyele paralel olarak da Ağustos 2010'da dünyanın en büyük eğitim gruplarından Pearson plc. bünyesine katıldı. 60 ülkede 40.000'e yakın çalışanı ile faaliyet gösteren Pearson plc. , Financial Times ve Penguin Group'u da bünyesinde bulunduran bir eğitim, medya ve yayıncılık devi.

Öğretmen değil, öğrenci odaklı olmasıyla öne çıkan Blended Eğitim Metodu'nu dil eğitim sektörüne etkin bir şekilde kazandıran WSI, bu konuda son 10 yılda büyük başarılarına imza attı. Şirketin birçok rakibi tarafından taklit edilmeye ve uygulanmaya çalışılan eğitim modeli, alanında Genel Avrupa Birliği Standartları'na uyumluluğu kanıtlanmış tek program olarak biliniyor.

Küresel çapta kurumsal bir yapıya sahip olan WSI, ISO9001:2008 belgeli tek dil okulu olmasının yanında, öğrencilerine esnek ve kendilerinin belirleyebilecekleri ders saatleri sunuyor ve kişiye özel programlar uyguluyor. Dört kişilik, aynı seviyede öğrencilerden oluşan sınıflarda eğitim veren WSI ayrıca, öğrenme garantisi verip aksi takdirde ücret iadesi uygulayan ilk dil eğitim kurumudur. Şubelerinde İngilizce konuşulan WSI, öğrencilerine ders açılmasını beklemelerine gerek kalmadan eğitime başlama ve eğitim sistemi kapsamında 40'tan fazla diyalekt ve aksanı tanıma olanağı sunuyor.

Faaliyetlerine İstanbul'da 2 şubeyle başlayan şirket, şu anda Türkiye çapında 11 şube ile 6 şehirde faaliyet gösteriyor. Sektörünün kayıtsız olarak hizmet veren rakipleriyle dolu olması sebebiyle haksız rekabetle karşı karşıya olan WSI için diğer bir sorun da; geleneksel reklam mecralarının pahalı olması, dolayısıyla pazarlama ve tanıtım faaliyetlerini etkilemesi.

2013 yılına kadar Türkiye çapındaki şube sayısını 20'ye yükseltmek isteyen Wall Street Institute, bu tarihe kadar iş hacmini de %70 artırmak ve ülkede akla ilk gelen dil okulu markası olmayı hedefliyor.

#### İş Yaklaşımı

Wall Street Institute, kuruluşundan bu yana tanıtım amacıyla geleneksel mecraları ve internette bannerları kullanıyordu. Geleneksel mecraların yüksek fiyatları ve düşen performanslarının etkisiyle 2006 yılında alternatif mecralar arayışına giren şirket, daha geniş kitlelere ulaşmak, daha da önemlisi potansiyel satış yaratmak hedefiyle yeni tanıştığı Google AdWords'ü kullanmaya karar verdi.

WSI, kısa sürede arama motoru reklamcılığı konusunda Türkiye ve dünyadaki trendler ve en iyi uygulamalar konusunda bilgi sahibi oldu. AdWords yeniliklerini takip ederek kampanyalarını sürekli güncel tuttu. WSI ayrıca, dönüşümleri daha detaylı inceleyebilmek ve elde ettiği veriler doğrultusunda kampanyalarını optimize etmek amacıyla “Arama Ağı Dönüşüm Hunileri Analizi” yaptı.



## Google AdWords Başarı Öyküsü

Şirket;

### 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/>



WSI Genel Müdürü Hüseyin Tanrıöven

Wall Street Institute, global stratejileri gereği önümüzdeki dönemde dijital pazarlama alanına önemli ölçüde yatırım yapmayı planlıyor. Hızla büyüyen ve gelişen internet uygulamaları, sosyal ağlar, mobil ve viral çalışmalar ile pazarlama alanında da sektördeki öncü konumunu sürdürmeyi hedefliyor.

### Sonuç

WSI, yaptığı analizler sayesinde tüm aktif kampanyalar için 28 günün sonunda, dönüşümlerde %137 artış, dönüşüm başına maliyetlerde %28 düşüş, dönüşüm oranında %54 artış, tıklama oranında %11 artış ve tıklamalarda %53 artış sağladı.

Wall Street Institute, AdWords sayesinde potansiyel satış başına masrafını %50 oranında azalttı. Satış hacminde ve özellikle potansiyel satış kalitesinde artış gözlemleyen şirket, bu sayede satış kapamak konusundaki performansını artırdı. Websitesine gelen trafiğin %80-90'ını AdWords kaynaklı ziyaretçilerin oluşturduğu WSI, ayda yaklaşık 3500-5000 arasında dönüşüm yakalıyor. Online hedefleri dışında, AdWords sayesinde ayda ortalama 250-300 civarında telefon alıyor ve en nitelikli potansiyel satışlarını da bu kanaldan kazanıyor.

• 73 günlük süreyi kapsayan verilere dayanarak; Yol Uzunluğu Raporu'nu detaylı olarak inceledi ve kampanyaların birbirlerini dönüşüm anlamında nasıl desteklediğini gördü.

• Dönüşüm Yolu'nda daha detaylı analizler yaparak anahtar kelimelerin, reklam gruplarının ve kampanyaların gerçek değerlerini belirledi.

• Gerçek değerleri belirlemek için son tıklama dönüşümlerinin yanı sıra, destek dönüşümleri de göz önünde bulundurdu.

• Maksimum tıklama başına maliyet teklifini artırabileceği kelimelerin listesini çıkardı ve böylece ortalama konumu ve dönüşüm sayılarını iyileştirerek, öngörülen edinme başı maliyet değerinin içinde kalmayı, bu değeri bir süre sonra daha da düşürmeyi amaçladı.

• Bir süre önce, son tıklama dönüşümleri analizi sonucunda kampanyası için çok değerli olmadığını tespit ettiği ve negatife eklediği kelimeleri negatif listesinden çıkardı. Arama ağı dönüşüm hunileri analizinden sonra bu kelimelerin desteklenen dönüşümler açısından değerli olabileceği sonucuna vardı.

• Arama kampanyasında bulunan bazı kelimeleri tekrar gruplandırdı. Ayrıca tıklama oranını artırmak ve daha fazla dönüşüm elde etmek amacıyla yapıyı güçlendirerek yeni reklam metinleri hazırladı.

• Genel kelimelerin yanı sıra "Uzun kuyruk" potansiyelinden yararlanmak için yeni anahtar kelimeler ekledi.

• Wall Street, ayrıca Görüntülü Reklam Ağı kampanyasında Şubat 2009'dan bu yana Dönüşüm Optimize Edici'yi kullandı. Bu sayede edinme başına maliyetleri kabul edilebilir seviyede tutarak, dönüşüm sayısını maksimuma çıkarmayı amaçladı. Rekabeti ve reklamlarının ortalama sıralamasını sürekli olarak izleyerek, edinme başına maliyet tekliflerini gerekli olduğu durumlarda revize etti.

Bu çalışmalardan elde edilen sonuçlardan çok memnun olduğunu ifade eden WSI Genel Müdürü Hüseyin Tanrıöven: "AdWords kullanmaya başlamamızdan bu yana 4 yılı geride bıraktık. Google'ın bu hizmeti, esnekliği ve detaylı geri ölçümlenebilirliği işimizi büyük ölçüde kolaylaştırdı, kesinlikle kullanmaya devam edeceğiz." şeklinde konuşuyor.