



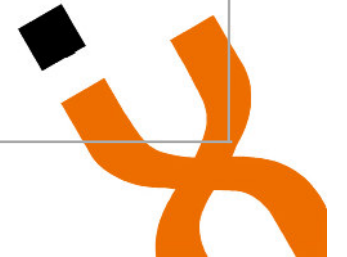
“Doğrudan Pazarlama Ödülleri”

SEM Kampanyası Başvurusu

www.ttcocuk.com



Kategori	Arama Motoru Pazarlaması
Tanıtımı Yapılan Ürün/Hizmet	www.ttcocuk.com
Tanıtımı Yapılan Marka	TT Çocuk
Tanıtımı Yapılan Şirket	Türk Telekom A.Ş.
Hizmet Veren Şirket	Kubix – Search Marketing Agency
Kampanya Tarihleri	1 Ağustos – 31 Aralık 2008



Brief (300):

Kampanyaya Ağustos 2008'de başladık. Hedefimiz, yeni açılan websiteye en yüksek yatırım getirisiyle ziyaretçi çekmek ve bunların siteye üye olmalarını sağlamaktı. Başka bir pazarlama kanalını kullanmadan, sadece Google AdWords reklamları ile siteyi hedef kitlesi olan çocuklara duyurmak ve kısa zaman içinde Türkiye'nin en çok ziyaret edilen çocuk portallarından biri haline getirmeyi başardık.



Strateji (500):

Google AdWords kampanyasını sitede bulunan geniş ürün ve hizmetler doğrultusunda, ürün guruplarına ayırdık ve her bir ürün gurubu için farklı kampanya stratejisi uyguladık. Hedefimiz her bir ürün gurubu için doğru hedef kitleyi websiteye çekmek ve bunların siteye üye olmalarını ve zaman geçirmelerini sağlamaktı. Örneğin, masal servisi için kullanıcıların daha çok 4441166'yı arayıp, telefonda masal dinlemelerini sağlamaktı amacımız, oyunlarda ise hedef kitleyi doğru hedef sayfasına yönlendirerek online oyunları oynamalarını amaçladık. Bu şekilde kampanyadan yüksek bir geri dönüşüm yakaladık.



Uygulama (1000):

TT Çocuk Google AdWords tanıtımlarını hem Google arama ağı, hem de Google içerik ağına yaptık. Google arama ağına TT Çocuk ürün ve hizmetlerini doğrudan arayan kişileri ilgili hedef sayfaya yönlendirerek, sayfada uzun kalmalarını, ürünlerle interaksyon yaşamalarını ve üye olmalarını sağladık. Google arama ağına toplam 8 reklam gurubu, 58 reklam metni ve 3000 anahtar kelime kullanıldı.

Google içerik ağına, özellikle website lansmanında önemli olan marka bilinirliği çalışmasına ağırlık verdik. Bunun için 7 ebat Google sabit resim reklam ve yine yedi ebat Google click-to-play video reklam kullandık. Google içerik ağının, 3 milyona yakın gösterim sayısı ile markanın bilinirliğine ve sitenin direkt ve arama trafiğine çok büyük katkısı olmuştur.

Özellikle dikkat etmemiz gereken konu, hedef kitle Çocuk olduğu için, reklamların kötü amaçlı kullanılmaması, anahtar kelimelerde ve içerik ağı sayfalarında çok dikkatli bir çalışma yapmamız gerekiyordu. Bu yüzden kampanyaya 800'e yakın negatif site ve negatif kelime ekledik.

Bunun yanı sıra sürekli performans takibi ve performansı artırıcı optimizasyon çalışmaları ile Google AdWords için önemli olan kalite puanını 100% seviyesine çıkararak, birim fiyatlarını tek haneli kuruş fiyatlarına düşürmeyi başardık.



Sonuç (200):

Google Arama Ağı:

- Impressions: 10,680,251
- Clicks: 428,877
- CTR: 4.02%
- Avg.CPC: 0.08 TL

Google İçerik Ağı:

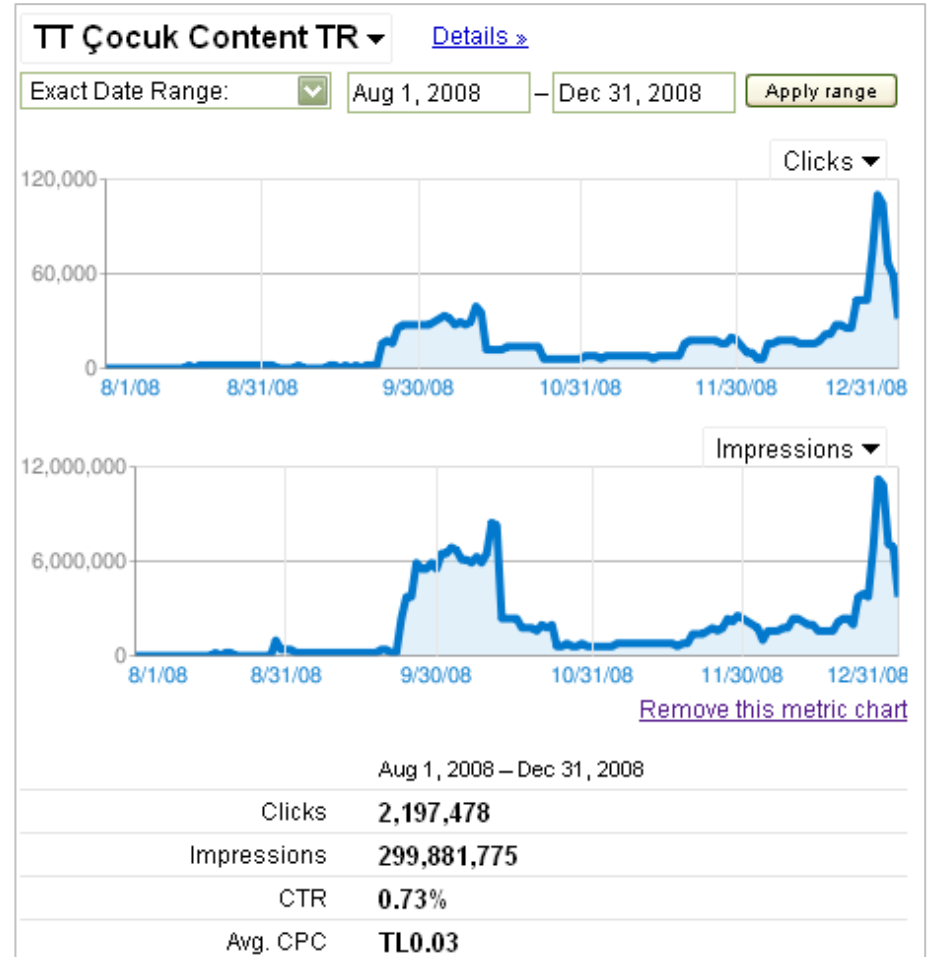
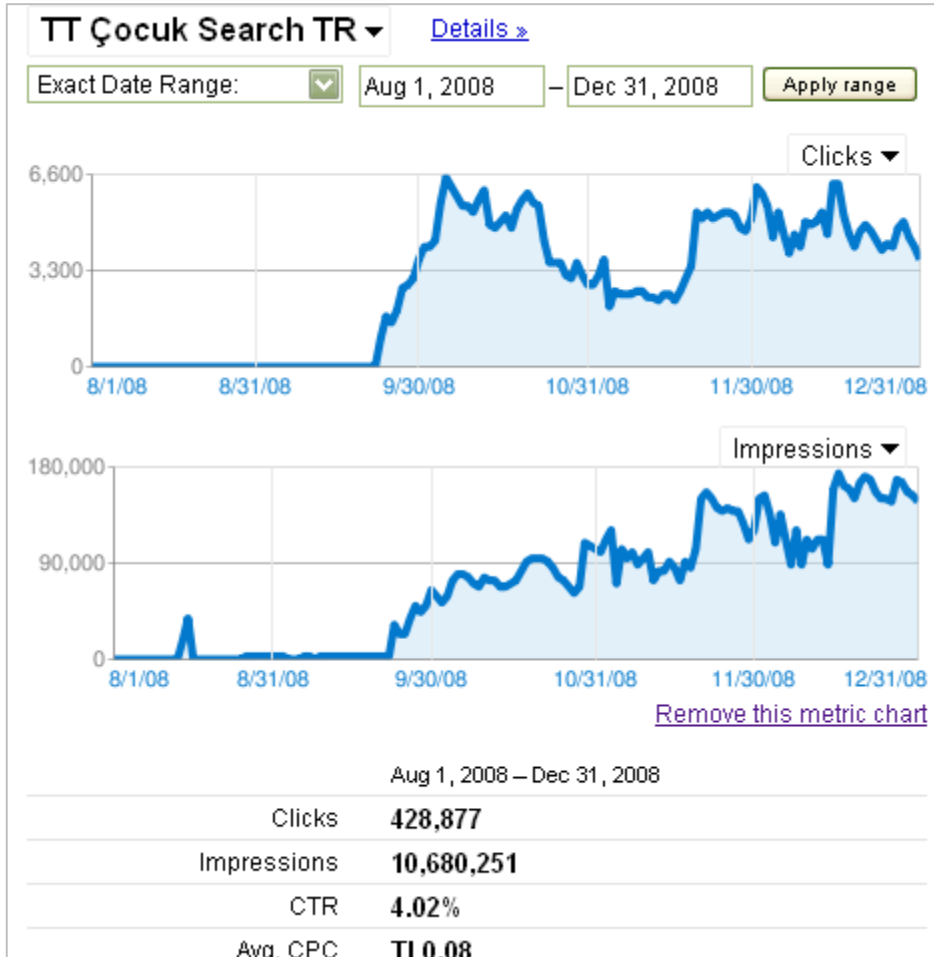
- Impressions: 299,881,775
- Clicks: 2,197,478
- CTR: 0.73%
- Avg.CPC: 0.03TL
- Video Playbacks: 5,970,163
- Avg.CPV (Ortalama Video İzleme Maliyeti): 0.01TL

Üye: 50,000

Conversion Rate: %2



Sonuç



TT Çocuk Google Click-to-play Video reklam

