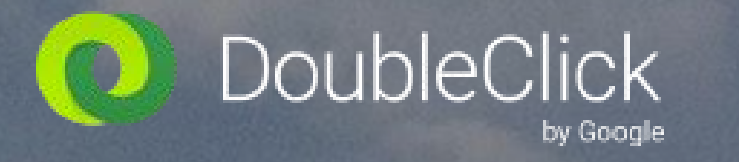


ÖRNEK OLAY

AnadoluJet



AnadoluJet satışları, DoubleClick Search'teki çoklu cihaz stratejisiyle uçuşa geçti



Hedefler

- Performansı cihazlar arasında optimize etme
- Teklif otomasyonu ile satışları artırma

Yaklaşım

- DoubleClick Search'teki cihazlar arası dönüşüm metriklerini kullanarak etki ölçüldü
- Satın almaya giden yolu anlamak için ilişkilendirme bilgileri oluşturuldu
- İlişkilendirme verilerini temel alarak cihazlar arasında teklif verme otomatik hale getirildi

Sonuçlar

- Toplam tıklama ve dönüşüm sayısında %30 oranında artış sağlandı
- Dönüşüm sayısı akıllı telefonlarda %170, tabletlerde %17, bilgisayarlarda %12 oranında arttı

Mobil ve cihazlar arası bir strateji amaçlanıyor

2015 yılının ortalarında, AnadoluJet'in ücretli arama etkinliği son derece büyümüştü. Ancak bu büyümeyle birlikte, cihazlar arasındaki tüm anahtar kelimeler ve kampanyalar için manuel teklif ayarlaması yapmak da operasyonel yük haline gelmeye başlamıştı. "Satın Alma Yolculuğunda Mobil" araştırmasına göre Türkiye'de, son 12 ay içinde bir seyahat ürünü satın almış olan akıllı telefon kullanıcılarının %66'sı, bu ürünü akıllı telefonlarında araştırmış veya satın almıştı. AnadoluJet'in ücretli arama stratejisi Türkiye'de gelişmekte olan mobil arama fırsatları alanında rakiplerinin gerisinde kalıyordu.

AnadoluJet'in dijital pazarlama ekibi operasyonları hızlandırmak, mobil trafiği korurken bilet satışlarını artırmak ve pazarlama bütçelerini en etkin şekilde kullanmak üzere mobildeki satın alma yolculuğunu tam olarak anlamak için, cihazlar arası bir arama ağı pazarlama stratejisi uygulama konusunda Starcom Mediavest Group ve VivaKi ile ortak çalıştı. Bu hedeflere ulaşmak isteyen ekip, AnadoluJet'in cihazlar arası arama ağı kampanyalarını otomatik hale getirme, optimize etme ve ölçmeye yardımcı olacak bir çözüm aradı.



"Otomatik teklif vermeye geçiş, cihazlar arasındaki dönüşümleri artırma yolunda AnadoluJet'in mobil ayak izini geliştirme hedeflerimizle son derece uyumluydu ve teklif verilmesini sağlamaya yönelik harika bir fırsattı" diye konuştu.

VivaKi Türkiye'nin Biddable Media Yöneticisi **Serena Veyisi**

DoubleClick Search ile mobil ve cihazlar arası bir strateji uygulama

AnadoluJet, Starcom ve VivaKi, hedeflerine ulaşmak için, zamandan tasarruf etmelerine, dönüşümleri artırmalarına ve tüketicilerin satın alma davranışları hakkında bilgi edinmelerine yardımcı olacak otomatik teklif ve ölçme özellikleri sunan mükemmel bir çözüm olarak DoubleClick Search Performance Bidding Suite'e (PBS) yöneldi. Ekip, cihazlar arasında akıllı tıklama teklifi vermek üzere cihazlar arası dönüşümleri otomatik olarak kullanmak için bir DoubleClick Search teklif stratejisi uyguladı ve kampanya bütçesinin cihazlar arasında en verimli şekilde kullanılmasını sağladı.

Hangi tıklama türlerinin en fazla dönüşümle sonuçlandığını anlamak için teklif stratejisinde ilişkilendirme (attribution) verileri kullanıldı ve bu sayede bütçe ayırma konusunda da gelişme sağlandı. Seyahat araştırmalarının büyük kısmı mobil cihazlarda yapıldığından, AnadoluJet dönüşüme olan katkısı, dönüşüm öncesinde birden çok tıklama arasında dağıtmak ve nihayetinde dönüşümle sonuçlanacak dönüşüm hunisinin üst kısmındaki ücretli arama etkinliklerini doğrulamak için DoubleClick zamana bağlı azalma modelini kullandı. Bu modeli optimize etmek, AnadoluJet'in mobil platformdaki varlığının ve başarısının gelişmesine yardımcı oldu.

Strateji işe yaradı: AnadoluJet dönüşümleri %30 oranında artırdı

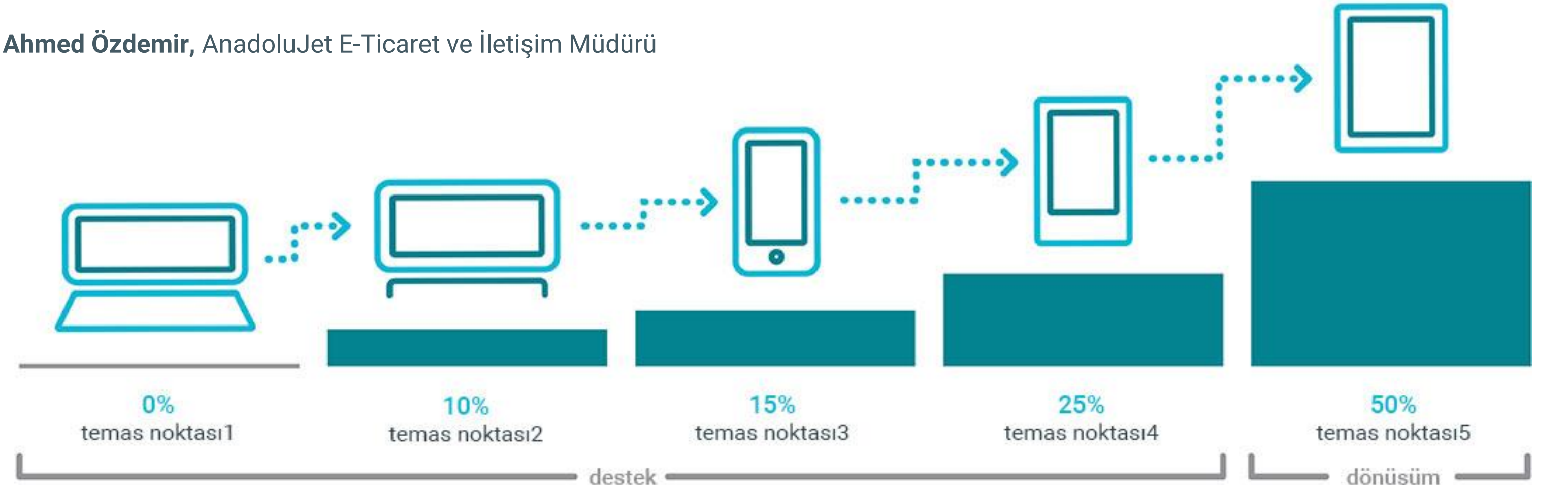
DoubleClick Search Performance Bidding Suite sayesinde AnadoluJet, Starcom ve VivaKi'nin hedeflediği sonuçlara tam olarak ulaşıldı. Cihazlar arasında tıklama ve dönüşüm sayısında %30'luk bir artış görüldü. Bu genel artış, akıllı telefonlardaki dönüşümlerde %170'lik, tabletlerdeki dönüşümlerde %17'lik ve bilgisayarlardaki dönüşümlerde %12'lik artıştan kaynaklanıyordu. Buna ek olarak, otomatik teklife geçiş, ekibin manuel teklif vermeye harcadığı tüm zamanı geri kazanmasına da olanak tanıdı

AnadoluJet E-Ticaret ve İletişim Müdürü Ahmed Özdemir, "DoubleClick Search, cihazlar arası ölçüm zorluğunu aşmamıza yardımcı oluyor" diye konuştu. Artık tüketicinin cihazlar arasındaki yolculuğunun haritasını doğru bir şekilde çıkarabiliyor ve kanalların katkısını doğru belirleyen bir ilişkilendirme modeli oluşturabiliyoruz. Sonuç olarak, daha akıllı ve etkin bir şekilde yatırım yapıyoruz. Cihazlar arası verileri anlamak, bize havacılık sektöründe katlanarak büyümemiz için bir rekabet avantajı sağladı."

Ahmed Özdemir, AnadoluJet E-Ticaret ve İletişim Müdürü

"Operasyonel rahatlamaya ek olarak, satışların ve site trafiğinin %30 oranında arttığını görmekten çok mutluyuz."

SVivaKi Turkey'den Veyisi



Zamana bağlı azalma: Tıklamanın dönüşüme süre olarak yakınlığına göre verilen dönüşüm değeri

AnadoluJet Hakkında

2008 yılında faaliyetlerine başlayan ve Ankara'da kurulan AnadoluJet, Türk Hava Yolları'nın tescilli markasıdır. Yenilikçi düşük maliyetli iş modeli, yolculara sunulan hizmetlerin basitleştirilmesiyle daha geniş bir kitleye ulaşmaya dayalıdır. AnadoluJet, Türk Hava Yolları'nın hizmet garantisi altında yurt içi uçuşlar düzenlemekte ve uçuş ağını sürekli olarak büyötmektedir. Daha fazla bilgi için bkz. www.anadolujet.com

Starcom Mediavest Group ve VivaKi Hakkında

Starcom Mediavest Group ve VivaKi, dünyanın önde gelen iletişim gruplarından Publicis Groupe'un parçasıdır. Starcom Mediavest Group hassas pazarlama, içerik ve teknoloji çözümleri sayesinde dijital dünya için kullanıcı deneyimleri tasarlamakta ve müşterileri için değer oluşturmaktadır. Starcom Mediavest Group, Publicis Groupe'un ve ajanslarının dijital dönüşümünü ve uzmanlığını sürdürmesi için 2008 yılında kurulmuş olan VivaKi'nin teknoloji uzmanlığından faydalanmaktadır. İş birliği içinde çalışan Starcom Mediavest Group ve VivaKi, AnadoluJet gibi büyük kuruluşların küresel arama ağı pazarlama kampanyalarını yönetmek için DoubleClick Search kullanmaktadır.

DoubleClick Search Hakkında

DoubleClick Search gives advertisers the workflow tools, robust reporting and bid optimization they need to get more value from their search campaigns. Built on Google infrastructure and natively integrated with the DoubleClick Digital Marketing platform, DoubleClick Search makes it faster and easier to respond to an ever-changing market in real time and at scale.

