



Renault ve MEC, Google Görüntülü Reklam Ağ'ında pazardaki kitleleri hedefleyerek test sürüşü taleplerinin oranını 4,5 kat artırdı

Araç üreticisi Renault, potansiyel müşterilerin optimizasyonuna yardımcı olacak bir ölçüm çerçevesi geliştirmek amacıyla geçtiğimiz üç yıl boyunca Türkiye'deki medya ajansı MEC ile işbirliği yaptı. Ekip, müşteri yolculuğu analizi yoluyla müşterinin İnternet üzerinden test sürüşü talep formu doldurmasıyla sonuçlanan medya etkileşimlerini saptayabiliyor ve fiili bir satışla sonuçlanan çevrimdışı adımları (ör. bayiye edilen telefon, bayinin ziyaret edilmesi veya test sürüşü) ölçebiliyor.

Renault'nun, test sürüşü ve satışla ilgili bu veriler kullanılarak sürekli olarak optimize edilen Türkiye'deki satış kampanyaları her zaman yayında. Renault, Megane hatchback otomobilinin satışını artırmak istediğinde MEC, markanın Google Görüntülü Reklam Ağ'ı (GDN) ve YouTube stratejisini pazardaki kitlelere genişletti. Etkinliğin TPG'si, İnternet üzerinden test sürüşü talep formunun doldurulması şeklinde tanımlanan dönüşümler olarak belirlendi.

MEC Dijital Strateji Uzmanı Ceylan Cangül, "Renault için pazardaki kullanıcıları ve rakip markaları ekledik, ardından hem YouTube hem de GDN'de test ettik", açıklamasını yapıyor. Analiz sonuçları, erişim elde etme ve gelecekteki etkinlikler için yeniden pazarlama listeleri hazırlamak üzere dönüşüm hunisinin başlangıç aşamalarında iş görme açısından YouTube'un ne kadar güçlü olduğunu gözler önüne serdi. Bu arada, dönüşüm hunisinin son aşamasında test sürüşlerine yol açan pazardaki kitleler özelliğinin dönüşümleri artıran bir özellik olduğu anlaşıldı. Öyle ki, test sürüşü formunu doldurma oranı 4,5 kat arttı.

Ceylan, "GDN'de pazardaki segmentleri hedeflemek, satış stratejimizin ayrılmaz bir parçası haline geldi. GDN sayesinde artık kesintisiz planlama yöntemine geçiş yaptık. Öğrendiklerimizden yararlanarak yalnızca Renault Grubu markasını değil, aynı zamanda Renault ürün grubundaki diğer marka ve modelleri de büyütmeyi umut ediyoruz," diyor.

Renault hakkında

- Çok uluslu otomobil üreticisi
- Kuruluş yılı: 1899

MEC hakkında

- Tam kapsamlı hizmet sunan medya satın alma ve planlama ajansı
- Kuruluş yılı: 2002

Hedef

- Tüketicileri, Renault Megane hatchback'in test sürüşü için rezervasyon yaptırmaya teşvik etme

Yaklaşım

- Renault ve rakip firmaların araçları için pazardaki kullanıcılar hedeflendi

Sonuçlar

- Google Görüntülü Reklam Ağ'ında pazardaki kitleler özelliği kullanılarak test sürüşü taleplerinin oranı 4,5 kat artırdı

