



# Arama Trendlerine Bakarak Sporseverler Hakkında Neler Öğrenebilirsiniz?

## Yazan

Allison Mooney

## Yayınlanma tarihi:

Eylül 2016

## Konular

Spor ve Eğlence

Arama

Önemli Anlar

Rio'daki Olimpiyat Oyunları süresince Google Trendler, izleyicilerin neleri merak ettiğine ilişkin bir genel bakış sundu. Bu futbol sezonunda ve sonrasında rekabet gücünüzü korumak için sporseverler ile ilgili yeni analizlerden faydalanın.

think with **Google**

Meşale Rio de Janeiro'da söndürülse de Yaz Oyunları'nın yankısı devam ediyor. Üstelik yalnızca oldukça komik İnternet memleriyle de değil. Rio Oyunları elit seyirci sporlarının doğasını bize yeniden hatırlattı: geriden gelerek son anda sonucu değiştiren akıl almaz kısa mesafe koşuları, hayranlık uyandıran dayanıklılık gösterileri ve efsanevi bakışlar.

Bunlar, sporseverlerin arama yapmak için cihazlarına başvurduğu anlardır. Gerçekten de Rio Oyunları sırasında "olimpiyatlar" terimi için yapılan mobil aramaların payı, 2012 Londra Oyunları'ndan bu yana neredeyse 3 kat arttı.<sup>1</sup> Pazarlamacılar açısından, sporseverlerin bu anlarda Google Arama'yı nasıl kullandığına yakından bakmak, Super Bowl ve daha pek çok popüler spor etkinliğine ilişkin planlar hakkında bilgi verebilir.

## **Sporlar kullanıcıları harekete geçirerek "yapmak istiyorum" anlarını tetikliyor**

Önemli spor etkinlikleri yalnızca pasif izleyicilikten ibaret değil. Dünya çapında ünlü sporcuları seyreden sporseverler oyuna katılmak ve diğer meraklılarla bağlantı kurmak istiyor. Ağırlık kaldırma, jimnastik, karate ve judo dersleri için yapılan aramaların tümü etkinliklerin başlamasıyla artsa da ilgi düzeyi bölgeden bölgeye değişiklik gösterdi.<sup>2</sup> Örneğin ilk hafta en çok yapılan "ders" aramalarına<sup>3</sup> bakarsak Kaliforniya'daki en popüler sporun ritmik jimnastik, Maine'de ise dalış olduğunu görürüz.

**"Ağustos'ta "çocuklar için jimnastik" arama ilgisi 2012 Londra Oyunları'ndan bu yana en yüksek seviyeye çıktı."**

Oyunculardan ilham alan sporseverler kendi bölgelerinde spor aksesuarları, spor eğitimi ve ara sıra da birkaç alkollü içecek bulmak için Arama işlevini kullanarak bariz bir satın alma amacı gösterdi. Ragbi, su topu, eskrim, judo ve badminton gibi birçok spor için yapılan "yakınımdaki" aramaları zirveye ulaştı.<sup>4</sup> Ayrıca, her sene Ağustos ayında aramalarda ani bir artış yaşansa da "yakınımdaki spor mağazaları"na gösterilen ilgi, geçen senenin yılbaşı sezonu hariç, hiç olmadığı kadar yüksekti.<sup>5</sup> Yalnızca seyretmekten keyif alanlar bile diğer sporseverlerle birlikte yakınlarındaki

spor mağazalarını arıyordu. Oyunların son günlerinde “yakınımdaki spor barlar” için arama ilgisi zirveye ulaştı.<sup>6</sup> Bunun gibi sorgular mobil merkezli bir arama stratejisi benimsemenin çok önemli olduğunu gösteriyor.

Bu arada, ebeveynler bir sonraki Simone Biles’ı yetiştirmeye son derece meraklıydı. Ağustos’ta “çocuklar için jimnastik” arama ilgisi 2012 Londra Oyunları’ndan bu yana en yüksek seviyeye çıktı.<sup>7</sup> Benzer şekilde, “çocuklar için karate dersleri” aramaları Rio Oyunları sırasında geçtiğimiz yılın en yüksek ilgi düzeyine ulaştı.<sup>8</sup>

Biles’tan bahsetmişken, denge aletinde elde ettiği bronz madalya aslında oyunlarda kazandığı 5 madalyadan sadece biriydi. Sporseverler yine seyretmekle yetinmedi: Denge aleti nasıl yapılır? sorusunu sormak oyunlar sırasında tüm dünya çapında bir akım haline geldi.<sup>9</sup> Önümüzdeki Şubat ayında, “Futbol topu nasıl yapılır?” gibi Kendin Yap sorularını görmeye hazır olun ve bu yapmak istiyorum anları için planınızı hazırlayın.

## **Sporseverler hayatla ilgili ipuçları için sporculara başvuruyor**

Olimpiyatçı olmak isteseler de istemeseler de sporseverler dünyanın en iyilerinden performans ipuçları ve püf noktaları almaya çalışıyor. Hepsi bir çıkış yolu bulmak istiyor ve bunu da Arama işleviyle yapıyor.

Yüzücü Michael Phelps ve jimnastikçi Alex Naddour.” vücutlarında yuvarlak mor izlerle göründüklerinde, sporseverler “Bardak çekme nedir?” sorusunu sordular<sup>10</sup> Yanıt: ısıtılmış bardaklar kullanılarak kan akışını iyileştirmeye yarayan bir tür fiziksel terapi.

Havuz kenarında kulaklık takma alışkanlığıyla dikkat çeken Phelps, yarış öncesi ne dinlediğiyle ilgili de merak uyandırdı. “Michael Phelps şarkı listesi” arama ilgisi, Phelps’in rekorlar kitabına adını yeniden yazdırmasıyla artış gösterdi.<sup>11</sup> Yarış öncesi şarkı listesinin yanı sıra Phelps’in kulaklıklarına gösterilen ilgi de büyüktü. “Michael Phelps kulaklığı” arama ilgisi, “michael phelps şarkı listesi” arama ilgisinin en yüksek olduğu zamanda bile bu orandan iki kat daha yüksekti.<sup>12</sup>

Oyunlar sırasında, plaj voleybolu sahalarından dalış havuzlarına kadar farklı alanlarda mücadele eden sporcuların çeşitli kaslar üzerine renkli bantlar yapıştırdığı gözlemlendi. KT bandı ya da kinesio bant olarak bilinen bu bantlar ağrıyan kas ve eklemleri desteklemeye yardımcı oluyor. Bu ürünü arayan sporseverler, oyunlar sırasında “kinesiyoloji bandı” arama ilgisinde geçen yılın başlarına kıyasla bir artışa neden oldu.<sup>13</sup>

Ürünlerin yanı sıra sağlıklı yiyecekler de sporseverlerin ilgi alanındaydı. Kendrick Farris yalnızca Rio’da yarışan ABD’li tek erkek halterci olmasıyla değil, aynı zamanda vegan beslenme şekliyle de manşetlerde yer aldı. Yiyecek ve içecek kategorisinde, olimpik halter ifadesini arayan kullanıcıların Olimpiyatlar sırasında artan bir sıklıkla veganizmi de aradığını öğrendik.<sup>14</sup> Google Trendler’de sporcular ile ilgili aramalara bakmak, daha fazla araştırma yapmak için bu bağlantıları tespit etmenin hızlı bir yoludur.

“Arama davranışı, amacı gözler önüne serer ve daha büyük potansiyele sahip bir kitleyi ortaya çıkarır. Sadece demografiye bakarak bunu başarabilmek mümkün değildir.”

### **Sporseverler umduğunuz yerde ya da umduğunuz kişiler olmayabilir**

Arama davranışı, amacı gözler önüne serer ve daha büyük potansiyele sahip bir kitleyi ortaya çıkarır. Sadece demografiye bakarak bunu başarabilmek mümkün değildir. Aslında araştırma şunu gösterdi: Yalnızca demografiyi temel alarak kitlesine ulaşmak isteyen pazarlamacılar, potansiyel mobil alışverişseverlerin %70’inden daha fazlasını kaçırmaya riskini göze alır.<sup>15</sup> Bu, spor dünyası için de geçerlidir.

Daha iyi anlamak için biraz ayrıntıya inelim: Oyunlar sırasında, İsviçre’deki kullanıcılar “plaj voleybolu”nu diğer tüm ülkelerden daha çok aradı.<sup>16</sup> Porto Riko, teniste altın madalya kazanan Monica Puig’i, ABD’de havuzun fatihi Michael Phelps’i arayan kullanıcılardan daha çok aradı.<sup>17</sup> Rio Oyunları boyunca Litvanya basketbol konusunda, altın madalya kazanan ABD’den daha meraklıydı.<sup>18</sup>

Ayrıca şuna da şahit olduk: Olimpik basketbol için arama yapan kullanıcılar, Disney Fantasy basketbol filmi "Space Jam" için de arama yaptı. Bu da sporseverlerin sahadaki aksiyonu izlemediği sırada ne yaptığını bize gösterdi.<sup>19</sup>

Elbette sporseverler spordan başka şeylere de ilgi gösteriyor. YouTube'da, ABD'deki Olimpiyat tutkunlarının otomobil, oyun ve seyahat konularında yayınlanan YouTube içeriğini ortalama bir görüntüleyenden daha çok izlediğini öğrendik.<sup>20</sup> Yani sporseverlerin diğer tutkularını da bilen markalar, etkinlikler sırasında onlara daha geniş kapsamda ve daha akıllı bir şekilde ulaşabilirler. Super Bowl planlarınızı yaparken bunu göz önünde bulundurun.

## Kaynaklar

<sup>1</sup> Google Verileri, Dünya Geneli, 22 Temmuz – 11 Ağustos 2012 ve 31 Temmuz – 20 Ağustos 2016 karşılaştırması.

<sup>2,4,13</sup> Google Trendler, ABD, Ocak–Ağustos 2016.

<sup>3</sup> Google Trendler, ABD, 6–11 Ağustos 2016.

<sup>5</sup> Google Trendler, ABD, Temmuz 2012 – Ağustos 2016 (veriler 30 Ağustos 2016 tarihinde alınmıştır).

<sup>6</sup> Google Trendler, ABD, Şubat–Ağustos 2016 (veriler 1 Eylül 2016 tarihinde alınmıştır).

<sup>7</sup> Google Trendler, ABD Ağustos 2012–Ağustos 2016.

<sup>8</sup> Google Trendler, ABD, Eylül 2014–Eylül 2016.

<sup>9</sup> Google Trendler, ABD, Eylül 2011–Ağustos 2016, (veriler 1 Eylül 2016 tarihinde alınmıştır).

<sup>10</sup> Google Trendler, ABD, Ağustos 2015–Ağustos 2016.

<sup>11</sup> Google Trendler, ABD, Ağustos 2016.

<sup>12</sup> Google Trendler, ABD, Ağustos 2016, (veriler 29 Ağustos 2016 tarihinde alınmıştır).

<sup>14</sup> Google Trendler, ABD, 2 Ağustos–2 Eylül 2016.

<sup>15</sup> Millward Brown Digital, mobil arama ve video davranışı analizi, ABD, dayanak=mobilde video oyunu araması yapanlar, Ocak–Haziran 2015.

<sup>16</sup> Google Trendler, Dünya Geneli, 5 Ağustos–17 Ağustos 2016.

<sup>17</sup> Google Trendler, Dünya Geneli, 13 Ağustos 2016.

<sup>18</sup> Google Trendler, Dünya Geneli, Ağustos 2016.

<sup>19</sup> Google Verileri, Dünya Geneli, 14–21 Ağustos 2016.

<sup>20</sup> Google Verileri, ABD, YouTube'daki anonim, toplu kullanıcı davranışına dayalı video içeriği kategorileri, Nisan 2016.