



Pegasus Hava Yolları ve Hype mobil satışlarda yıllık %90 artış elde etti

Pegasus Hava Yolları Hakkında

- 1990'da kuruldu
- 2005'ten beri ESAS Holding bünyesinde faaliyet gösteriyor

Hedefler

- Rekabet avantajı elde etmek
- Kullanıcıların arama sorgularında mobil cihazlardan daha fazla yararlanma eğilimine ayak uydurmak

Yaklaşım

- Mobil kullanılabilirlik analizi gerçekleştirildi
- Mobil cihazlarda daha rekabetçi teklifler vermek için AdWords kampanyaları yeniden yapılandırıldı
- Mobil reklamlar, hareket halindeki tüketicilere açıkça görüntülenen mesajlar sunacak şekilde uyarlandı
- Yalnızca mobil kullanıcılara gösterilen sezonluk indirimler uygulandı

Sonuçlar

- Mobil tıklama oranı Türkiye'de endüstri ortalamasının %20 üzerine çıktı
- Mobilde marka sorguları yıllık %61 arttı
- Mobil kanallardan çevrimiçi satışların payı yıllık %90 artış gösterdi



Müşterilerine ekonomik teklifler sunan Pegasus Hava Yolları Avrupa, Kafkasya, Rusya, BDT ülkeleri, Orta Doğu ve Kuzey Afrika'ya uygun fiyatlı doğrudan ve aktarmalı uçuşlar düzenliyor. Türkiye'de 33, dünyanın geri kalanında 69 varış noktasına tarifeli seferler düzenleyen Pegasus Hava Yolları, 40 ülkede 102 varış noktasına ulaşan bir ağa sahiptir. Performans odaklı bir reklamveren olan Pegasus Hava Yolları, zorlu bir pazarda rekabet avantajı elde etmek için hem yerli hem yabancı pazarlarda yoğun bir şekilde arama motoru pazarlamacılığına yatırım yapmaktadır. Pegasus Hava Yolları, reklamlarının yayınlandığı çoğu pazarda mobil arama sorgularındaki artışın ardından, ajansı Hype ile birlikte mobil cihazlara yapılan yatırımları artırma kararı aldı.

Pegasus Hava Yolları, kullanılabilirlik analizi yapmak ve iyileştirmeler elde etmek amacıyla Google ile işbirliği yaparak mobil uygulamalarını ve mobil sitesini geliştirmeye odaklandı Pegasus ve Hype, mobil cihazlarda daha rekabetçi teklifler vermek için AdWords kampanyalarını da yeniden yapılandırdı. Mobil reklamlar, hareket halindeki tüketicilere açıkça görüntülenen mesajlar sunacak şekilde uyarlandı ve yalnızca mobil kanaldaki kullanıcılara gösterilen sezonluk indirimler uygulandı.

Cihazlar arası pazarlama etkinliklerinin etkisine bizzat tanık olan Pegasus ve Hype "cihazlar arası dönüşüm" metriğini de hesaba kattı. Analiz sonucunda mobil cihazlara yatırımı artırmanın ve mobil stratejiler geliştirmenin, mobil satışları artırdığı ve masaüstü cihazlardaki dönüşümleri de olumlu etkilediği doğrulandı. Pegasus Hava Yolları mobil cihazlara yatırımı artırarak endüstri ortalamasından %20 daha yüksek mobil tıklama oranı elde etti. Şirket bir yıl içinde mobil cihazlarda yapılan marka sorgularını %61 oranında artırdı. Mobil pazarlama stratejileri ve teknik gelişmeler sayesinde, mobil kanaldan gelen çevrimiçi satışların payı yıllık %90 artış göstererek hava yolu şirketinin çevrimiçi ve çevrimdışı tüm satış kanalları arasında en büyük üçüncü katkı sağlayıcı haline geldi.

Pegasus Hava Yolları Dijital Pazarlama ve E-ticaret Yöneticisi Didem Namver: "Misafirlerimizin satın alma yolculukları boyunca birden çok cihaz kullandıklarını biliyoruz. İhtiyaçlarını daha iyi karşılayabilmek amacıyla, uzun süredir mobil varlıklarımıza yatırım yapıyor ve mobil pazarlama stratejileri geliştiriyoruz. Mobil reklamcılıkta Google çözümlerini etkili bir biçimde kullanmaya ve mobil varlık geliştirmede çözüm iş ortağımız olarak Google ile çalışmaya devam edeceğiz."

Hype Ajans Başkanı Saper Daniş: "2014'ten bu yana birden çok cihaz kullanımıyla ilgili tüketici davranış trendlerini yakından izledik. Böylece, kullanıcılar mobil cihazlara geçiş yapmadan çok önce Pegasus pazarlama ekibiyle birlikte mobil stratejiler oluşturmaya başlamıştık. Bu geçiş dönemi boyunca, Google ürünleri hem reklamlarımızın daha hedef odaklı hale gelmesine hem de mobil cihazlara öncelik veren bir dünyada tüketici ihtiyaçlarını daha iyi anlamamıza çok yardımcı oldu ve hâlâ da olmaya devam ediyor."