



## Fattal Hotels, Google Arama ve Play Store'da yayınladığı reklamlarla yeni "yala" uygulamasının yüklemelerini %884 artırdı

İsrail'in en büyük otel zincirlerinden biri olan Fattal Hotels, %40'a varan oranlarda indirimli son dakika otel fiyatları sunan "yala" adında bir uygulama geliştirdi. İsrail pazarında mobil cihazlar seyahat için ana platform haline gelmekte olduğundan, şirket alakalı kullanıcılara çıkacakları tatille ilgili aramalar yaptıkları önemli anlarda mutlaka ulaşmak istiyordu.

### Fattal Hotels Hakkında

- İsrail'in en büyük otel zincirlerinden biri
- "yala" uygulamasının yaratıcısı

### Moburst Hakkında

- Eksiksiz hizmet veren global mobil pazarlama ajansı

### Hedefler

- Uygulama yüklemelerini artırmak
- Yükleme başına maliyeti düşürmek
- Yüksek bir müşteri yaşam boyu değeri ve yatırım getirisi elde etmek

### Yaklaşım

- Google Arama ve Play Store'da reklam yayınlamaya başladılar
- Etkinliği optimize ettiler

### Sonuçlar

- Yüklemeler %884 arttı
- Dönüşüm oranı %1920 yükseldi
- Yükleme başına maliyet %33 düştü
- Uygulama geliri %1579 arttı
- Yatırım getirisi %268 arttı

2015'in ikinci çeyreğinde "yala" uygulaması kullanıma sunulduğunda, Fattal Hotels ve mobil pazarlama ajansı Moburst yüksek değerli yeni müşterilere geniş ölçekte ulaşarak uygulamayı yaygınlaştırmanın yollarını arıyorlardı. İşin zor kısmı, yükleme başına maliyeti düşük tutarken, yaşam boyu değeri yüksek müşterilerin uygulamayı yüklemesini sağlamaktı. Fattal ve Moburst, Google Arama ve Google Play'de sorunsuz şekilde yayınlanacak Arama Ağı uygulama yükleme kampanyaları başlattılar. Otelle ilgili terimleri ve marka bilinci oluşturmaya yönelik anahtar kelimeleri hedefleyerek Arama Ağı uygulama yükleme reklamlarının alakalı kullanıcı sorguları söz konusu olduğunda arama sonuçlarında görünmesini sağladılar.

E-ticaret Müdürü Boris Kimelman, "Uygulamanın keşfedilmesi başarılı bir uygulama işi oluşturmada kritik rol oynuyor. Kullanıcılarımız yeni Android uygulamaları bulmak için hem Google Arama hem de Google Play'e

gidiyor," açıklamasını yapıyor. "Hedeflenen arama sorguları aracılığıyla kullanıcı amacının gücünden yararlanmak, kullanıcılara hem Google.com'da "yala" gibi bir uygulama aradıkları hem de Google Play'de uygulamayı indirmeye hazır oldukları anda ulaşmanın mükemmel bir yolu."



Kullanıcılar önemli anların tümünde (Fattal Hotels markasını, diğer otel zincirlerini, oda fiyatlarını, yaz tatillerini ve yılbaşı fırsatlarını aradıkları sırada) hedeflendi ve üçüncü çeyreğin sonunda "yala" yüklemeleri %884, dönüşüm oranı %1920 arttı, yükleme başına maliyet ise %33 düştü. Uygulamadan elde edilen toplam gelir %1579, yatırım getirisi %268 arttı. Boris, "Google kısa sürede yükleme sayısını artırmamıza yardımcı oldu ve aynı zamanda, uygulama içi kullanıcı davranışına ilişkin önemli bilgiler edinmemizi sağladı," diyor.

Moburst'te Medya Başkan Yardımcısı olan Ithai Eldan, "Birçok medya kanalıyla çalışırken, Google Arama Ağı reklamlarından gelen kullanıcıların sadık kullanıcılara dönüşmeye uygun olduğunu gördük," açıklamasını yapıyor. "Google Arama, hedeflenen kitleyle "yala" uygulamasına ihtiyaç duydukları anda etkileşime geçmemizi ve yükleme başına maliyeti düşürürken gelirleri artırmamızı sağladı."