



Dinamik Arama Ağı Reklamları, Media Markt'ın Alışveriş Kampanyaları ile Arama Ağı metin reklamı kampanyaları arasındaki boşluğu doldurarak aylık geliri %8 oranında artırdı

Media Markt Hakkında

- Tüketici elektroniği perakendecisi
- 1979'da kuruldu
- 14 ülkede 700'den fazla mağazası var
- www.mediamarkt.nl

iProspect Hakkında

- Dijital performans pazarlama ajansı
- 1996'da kuruldu
- 49 ülkede 2.500 çalışana sahip
- www.iprospect.com

Hedefler

- Reklam harcamalarında israfı azaltmak
- Geliri artırmak
- API ile Alışveriş Kampanyaları arasındaki trafik boşluğunu kapatmak

Yaklaşım

- Dinamik Arama Ağı Reklamları, Alışveriş Kampanyaları ile entegre edildi
- Metin reklamları yüksek oranda alakalı hale getirmek için dinamik başlıklar uygulandı
- Yalnızca stokta bulunan ürünlerin reklamları yayınlandı
- AdWords'deki otomatik teklif stratejisi kullanıldı

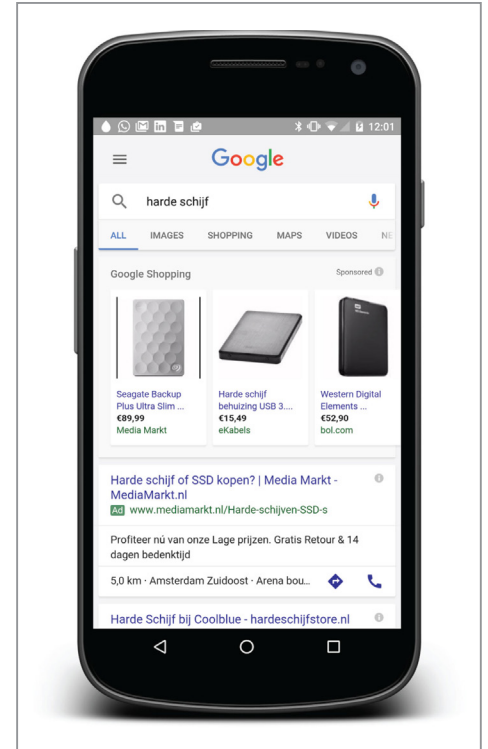
Sonuçlar

- Reklam harcamalarından elde edilen gelir beklenenden %20 daha yüksek
- Aylık gelirden %8 artış
- Markalı trafikte %11 büyüme

Dinamik Arama Ağı Reklamı teknolojisi, stokta olmayan ürünleri hariç tutarak yalnızca stokta bulunanları içeren URL'leri dahil etme özelliğini sundu. URL ve içeriğe göre hedeflemeyi birleştiren Media Markt, kampanya verimliliğini artırmak için ürünlere özel teklifler hazırlama imkanı elde etti. Şirket aynı zamanda daha büyük reklamlar oluşturmak amacıyla dinamik başlıklar ekledi ve performansı daha da iyileştirmek adına AdWords'deki otomatik teklif stratejisini kullandı.

İlk pozitif sonuçları temel alan Media Markt'ın Dinamik Arama Ağı Reklamlarına daha fazla bütçe ayırmasıyla bu kampanyalardan elde edilen analizler artış gösterdi. Bunun sonucunda, daha fazla alt kategoriye genişletmek ve yeni testler oluşturmak için ortaya daha fazla fırsat çıktı.

Dinamik Arama Ağı Reklamları sayesinde bugün Media Markt yalnızca teslim edebileceği ürünlerin reklamını yapabiliyor. Reklam harcamalarında yapılan israf en aza indirilirken, başarıyla eşleştirilen sorguların sayısı da arttı. Şirket %2'lik bir gelir artışı görmeyi beklerken, %8'lik gelir artışıyla beklentilerin çok daha ötesinde sonuçlar elde etti. Bugün reklam harcamalarından elde edilen gelir beklenenden %20 daha yüksekken, gelir artışı hedeflenenin %400 üzerinde. Gerçek anlamda aylık gelir artışı oranı %8.



Reklam harcamalarından elde edilen gelir, hem markasız hem de markalı trafik için olumlu bir anlama sahiptir. Dinamik Arama Ağı Reklamlarının uygulanması özellikle markalı trafikte %11'lik bir artış ortaya koydu ve bu artış gelecekteki kampanyaların başarısını desteklemek için yeniden pazarlama listelerinde kullanılabilir.