

ÖRNEK OLAY

Vodafone Egypt'in medya planlama stratejisinde önemli bir kanal olan YouTube, markanın, hedef kitlesine etkin bir şekilde ulaşmasına olanak tanıyor

Vodafone Egypt erişimi ve YouTube'daki görüntülenme sayısını artırmak istedi. Bu yüzden, en bilgilendirici, yaratıcı ve eğlenceli yöntemleri kullanırken MEC ile birlikte çalıştı.

Vodafone Egypt erişimi ve YouTube'daki görüntülenme sayısını artırmak istedi. Bu yüzden, en bilgilendirici, yaratıcı ve eğlenceli yöntemleri kullanırken MEC ile birlikte çalıştı. Üç ana hedefe odaklanan bir kampanya lansmanı yapmaya karar verdiler: hedeflenen teklifler kullanarak daha fazla müşteri elde etmek, hedef tüketicilerin yaşam tarzına uygun ürün seçenekleri sunmak ve rekabetçi ortamdaki diğer tekliflere karşı çitayı yükseltmek.

YouTube yalnızca Vodafone Egypt'in ihtiyaç duyduğu hedefleme özelliklerini sunmakla kalmamıştır. Aynı zamanda mevcut tüm video ağlarındaki en yüksek erişimi sağlar ve önde gelen TV kanallarının premium içeriklerini de yayınlar. Kampanya platformdaki hem TrueView, hem de masthead biçimlerinden faydalandı.

Başarılı optimizasyon ve ilgi çekici içerik sayesinde, Vodafone Egypt, görüntülenme anlamında küresel olarak tüm Vodafone kanalları içinde lider YouTube kanalı oldu. Kıdemli Medya Müdürü Hamssa Hamzawy, "Asıl işe yarayan, kampanya mesajını eğlenceli bir şekilde sunabilen videolardır" diye konuştu. "Video süresi için en iyi uygulama 30 ila 40 saniye arasındır.

Kampanya optimizasyonunun başarılı olmasında MEC'in rolü önemliydi. MEC, mesajı duymakla ilgilenenlere iletmekte, alakalı YouTube kanallarını hedefleme ve arama terimlerini optimize etme gibi çeşitli teknikler kullandı.



Vodafone Egypt Hakkında

- Abone sayısına göre Mısır'daki en büyük telekom operatörü
- www.vodafone.com.eg

Hedefler

- Hedeflenen teklifler kullanarak daha fazla müşteri elde etme
- Hedef tüketicilerin yaşam tarzına uygun ürün seçenekleri sunma
- Rekabetçi ortamdaki diğer tekliflere karşı çitayı yükseltme

Yaklaşım

- Masthead ve TrueView biçimleri kullanıldı
- Bir dizi optimizasyon tekniği uygulandı

Sonuçlar

- Görüntülenme sayısı ve izlenme süresinde önceki yılın aynı dönemine göre dört kat artış elde edildi
- Küresel olarak tüm Vodafone kanallarında görüntülenme sayısında lider kanal

"Kullanıcıların, özellikle genç neslin, geleneksel TV'den ziyade İnternet videolarını tercih etmeye başladıklarını düşünüyoruz. İşlerimiz için hayati öneme sahip olan bu segmente erişmemiz, yalnızca YouTube ile mümkün hale geldi."

Hamssa Hamzawy, Kıdemli Medya Müdürü, Vodafone Egypt

Ajans ayrıca, bu pazarda artış gösteren akıllı telefon kullanımı nedeniyle mobile ağırlık vererek tüm cihazları hedefledi. Son olarak, MEC, kampanyayı görüntülemeler için optimize ederek, Vodafone'un bütçeden tasarruf etmesini sağladı ve kampanya performansını artırdı.

Platform, Vodafone Egypt'in medya planlamasının önemli bir parçası haline geldi. Marka bugün YouTube'u herhangi bir TV kanalı gibi görüyor ve birçok TV kanalından daha iyi düzeyde erişim noktası başına maliyet ve daha yüksek oranda erişim sağlayabileceğini biliyor. Hamssa, "Kullanıcıların, özellikle genç neslin, geleneksel TV'den ziyade İnternet videolarını tercih etmeye başladıklarını düşünüyoruz," diye konuştu. "İşlerimiz için hayati öneme sahip olan bu segmente erişmemiz, asıl olarak YouTube ile mümkün hale geldi. Erişim, gösterim sayısı, tekil görüntüleme ve görüntüleme oranını temel alan Google ve YouTube çözümleri, Temel Performans Göstergelerimize ulaşmamızdaki en etkin yöntemlerdi.

MEC Cairo'daki Dijital Müdür Emad Mahmoud, "İnternet üzerinden video yayınlama fırsatından yararlanmayan bir marka boşa çaba harcıyor demektir," diye konuştu. "Mısırlı gençlerin çoğu artık YouTube'u, arama yapabilecekleri, öğrenebilecekleri ve kendilerini çeşitli şekillerde eğlendirebilecekleri alternatif bir arama motoru olarak görüyor."