



Garanti Ödeme Sistemleri, mobil reklam kampanyaları sayesinde uygulamasının 75 günde 1 milyon kez indirilmesini sağladı ve indirme başına maliyeti %40 düşürdü

Garanti Ödeme Sistemleri hakkında

- 1999'da kuruldu
- Merkezi İstanbul'dadır

Hedefler

- Birden çok kanaldaki müşterilere hizmet vermek
- Uygulama indirmelerini artırmak
- Yeni uygulama için marka bilinirliği oluşturmak

Yaklaşım

- Uygulamayı tanıtmak için mobil reklamlar yayınlandı
- Uygulama indirmelerini ölçmek için analiz aracı oluşturuldu
- Birden çok kanala ait veriler tek bir yerde toplandı

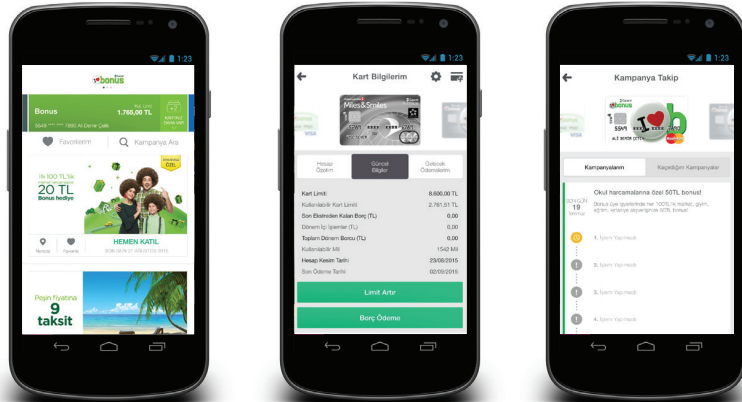
Sonuçlar

- Uygulama 75 günde 1 milyon kez indirildi
- İndirme başına maliyet %40 düştü

1999 yılında Garanti Bankası'nın bir yan kuruluşu olarak faaliyete geçen Garanti Ödeme Sistemleri (GÖSAŞ) bankanın kredi kartı portföyünün tamamından sorumlu. Tüketicilerde birden fazla cihaz kullanma eğilimi güçlenince, GÖSAŞ bu eğilime duyarlı bir site tasarlayarak ve yeni bir mobil uygulama olan BonusFlaş'ı kullanıma sunarak karşılık verdi. Bu uygulama, müşterilerin ilk defa tek bir platformdan promosyonlara, kendi kart bilgilerine erişmelerini ve ödeme yapmalarını sağlıyor.

Yeni uygulamanın çıkmasıyla GÖSAŞ bilinirlik oluşturmak için YouTube'da birden çok cihazda gösterilen masthead'leri ve TrueView reklamlarını kullandı ve indirme sayısını artırmak için Google'ın uygulama tanıtımı ürün setinden yararlandı. Bu, uygulama içi Görüntülü Reklam Ağı, Arama Ağı, mobil Google Görüntülü Reklam Ağı (mGDN) ve Evrensel Uygulama Kampanyalarını (UAC) içeriyordu. GÖSAŞ metin ve geçiş reklamlarıyla uygulama içi Görüntülü Reklam Ağı'nın tamamını hedefledi, mGDN'de ise yakın ilgi alanı hedeflemesini ve pazar içi hedeflemeyi kullandı. UAC, hedef indirme başına maliyeti koruyarak geniş bir ölçeğe ulaşmak için ek bir metin reklam kampanyası olarak yayınlandı.

Garanti Ödeme Sistemleri Genel Müdür Yardımcısı Çağrı Süzer, "Google, daha geniş bir kesimi hedefleme stratejimize başarıyla kılavuzluk yaptı ve bu stratejiyi, yakından izleme ve optimizasyonlarla birleştirdi," diyor. İşe girildikten sonra, GÖSAŞ'ın ajansı Hype yatırımları en iyi performans gösteren yerleşimlere aktararak kampanyaları optimize etti. Bu arada GÖSAŞ, bir cihazdan diğerine geçiş yapan tüketicilerin davranışlarını analiz etme konusundaki zorlukların üstesinden gelmek için, birden çok kanaldan alınan verilerin toplandığı şirket veritabanını besleyen bir mobil uygulama analiz aracı oluşturdu.



GÖSAŞ'ın uygulaması 75 günde 1 milyon kez indirildi. Ücretli indirmelerin %57'sini ise Google mobil uygulama tanıtım reklamları sağladı. Bunlara ek olarak, şirketin akıllı ölçüm taktiklerinden ve optimizasyondan elde edilen bilgiler, indirme başına maliyette %40 düşüş sağlanmasına yardımcı oldu. Uygulama yüklemeleri kanalı olmanın yanı sıra YouTube'daki marka algısı güçlendirme çalışmaları BonusFlaş video reklamlarının ayrıca hedef kitlelerde reklam hatırlanabilirliğini %17 ve marka anahtar kelimelerini %39 artırdığını ortaya koydu. Bu sonuçlar sayesinde GÖSAŞ gelecekte dijital ortamda daha büyük başarılar kazanmaya hazırlanıyor. Çağrı, "Google, marka bilinci oluşturma, indirme ve yeniden pazarlama alanlarında birlikte çalışmaya devam edeceğimiz değerli bir iş ortağı olduğunu bir kez daha kanıtladı," diyor.