

# ENUYGUN

## Uçuş karşılaştırma sitesi Enuygun, YouTube'da ilgi çekici bir TrueView kampanyası kullanarak satışları %21 artırdı

### Enuygun Hakkında

- Fiyat karşılaştırma web sitesi
- 2008'de kuruldu
- Şirket merkezi İstanbul, Türkiye'dedir

### Hedefler

- Uçak bileti alıcıları arasında bilinirliği artırma

### Yaklaşım

- YouTube TrueView reklamlarını kullanarak bir kampanya başlattılar

### Sonuçlar

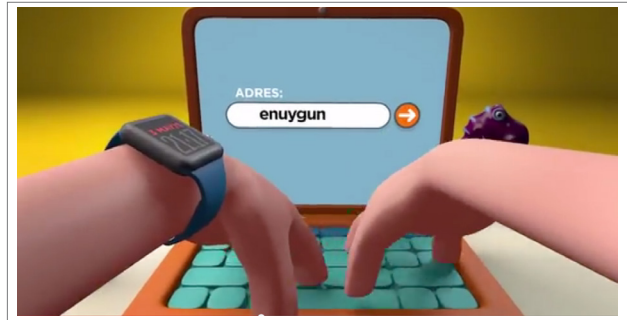
- Web sitesi trafiği %25 arttı
- Doğrudan trafik tüm cihazlarda %17 arttı
- Web sitesindeki bilet satışları %21 arttı
- Mobil uygulamada bilet satışları %15 arttı
- Uygulama indirme sayısı %15 arttı
- Genel anahtar kelimelerin tıklama oranı %188 arttı

Enuygun; uçak biletleri, oteller, finansal hizmetler, geniş bant ve mobil tarifeler için fiyat karşılaştırmaları sunarak, tüketicilerin kendi ihtiyaçlarına göre alışveriş yapmasını kolaylaştırır.

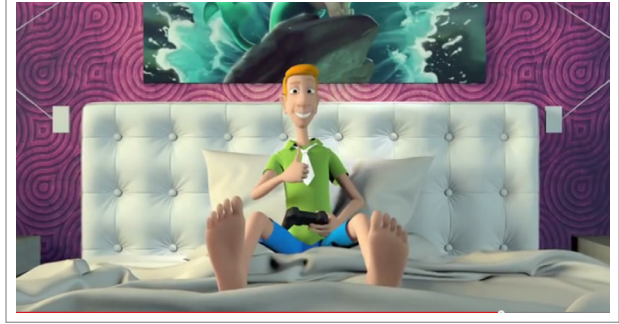
Türkiye'de uçak bileti satışı konusunda lider site olan Enuygun iddialı bir hedef belirledi: ülkedeki potansiyel uçak bileti alıcılarının hepsine ulaşmak ve marka bilinirliğini artırmak. Arama, görüntülü reklamcılık, yeniden pazarlama ve analiz için Google'ı kullanarak başarılı sonuçlar elde eden Enuygun, YouTube TrueView biçiminde yeni bir kampanya oluşturmaya karar verdi.

TrueView reklam biçimi özellikle maliyet açısından cazipti, çünkü bu reklam biçiminde Enuygun, yalnızca kullanıcılar videoyu gerçekten izlediğinde ödeme yapacaktı. Ayrıca, kullanıcılar reklamı ilgi çekici bulmadığında beş saniyenin sonunda atlayabiliyordu. Ekip, başarıyı kampanyanın sağladığı doğrudan trafiği izleyerek ölçmeyi planladı. Böylece yatırım getirisi kolayca değerlendirilebildi.

30 saniyelik animasyonlu videoda, Enuygun sitesinde uçak biletlerinin nasıl aranıp alınacağı gösterilerek şirketin "Karşılaştırın, Seçin, Kazançlı Çıkın" sloganı vurgulandı. Dış ses, videonun ana karakterine "Oyundaki zombilerden kaçacağına git San Fermin festivalinde boğalardan kaç" diyor. Daha sonra karakterin uçak biletlerini karşılaştırdığı ve kendisine en uygun bileti aldığı görülüyor.



Yukarıda: 30 saniyelik animasyon, markayı hayata geçirmek amacıyla, bir video oyun tutkununun Pamplona'ya yapacağı heyecan verici seyahat için İnternet'te araştırma yaptığını gösteriyor.



Yukarıda: Videonun ana karakteri uçuş rezervasyonunu hızlı ve kolay bir şekilde yapmak için Enuygun'u kullanıyor.

Enuygun'un stratejileri karşılığını fazlasıyla aldı. Web sitesine gelen trafik %25 arttı. Tüm cihazlarda ölçülen doğrudan trafik %17 arttı. Dahası, uçak bileti satışları masaüstü bilgisayarlarda %21, markanın uygulamasında da %15 arttı. Kampanya süresinde uygulamanın indirilme sayısı %15 artarken, genel anahtar kelimelerin tıklama oranı %188 yükseldi.

Şirket şimdiden, gelecekte video reklamları daha sık kullanmayı ve pazarlama stratejileriyle birlikte video yeniden pazarlama listelerinden yararlanmayı planlıyor.