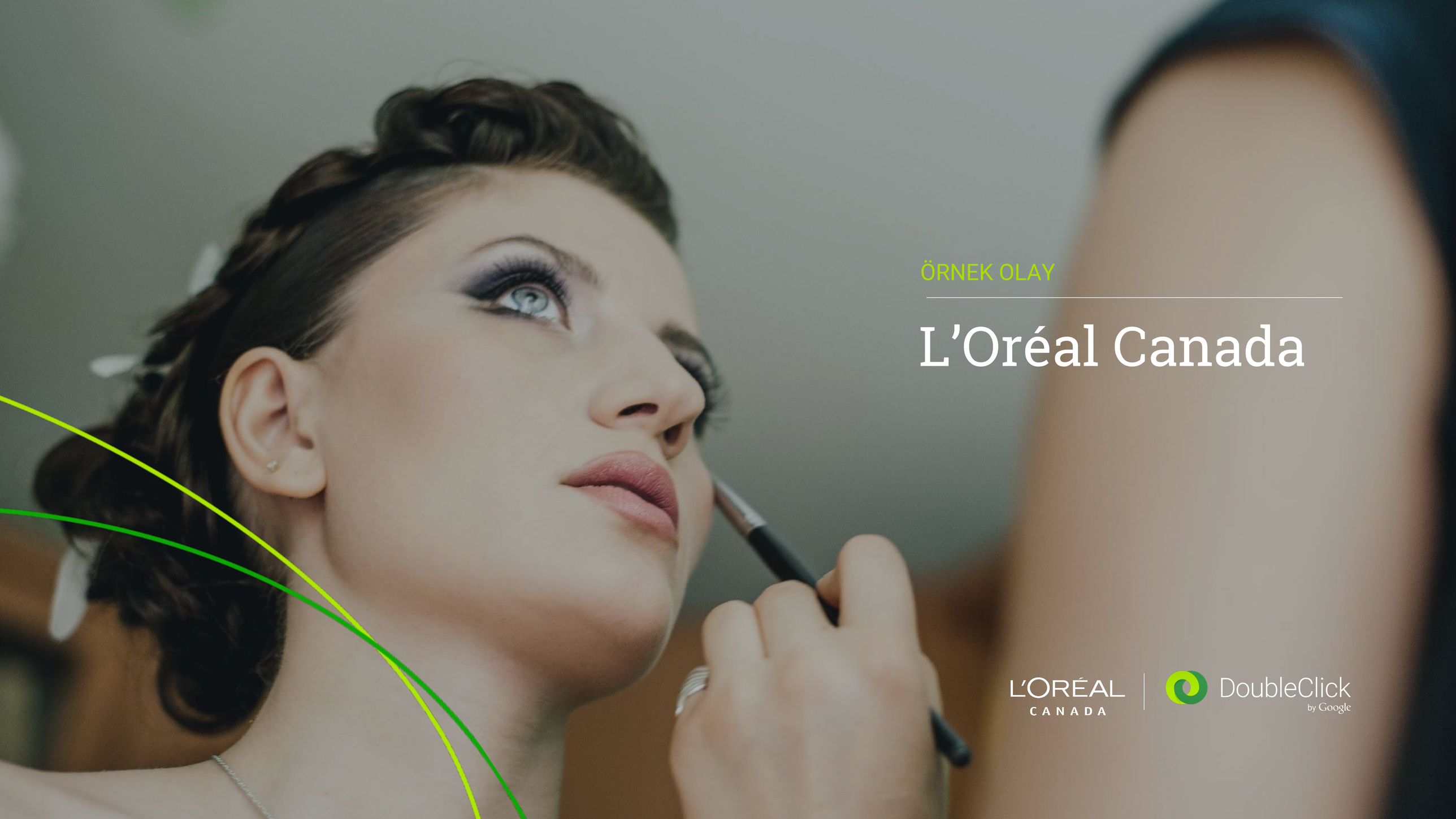


ÖRNEK OLAY

L’Oréal Canada

L’ORÉAL CANADA | DoubleClick by Google

L'Oréal Kanada DoubleClick Bid Manager ve Google Analytics Premium ile Programlı Satın Almanın Güzelliğini Görüyor

L'ORÉAL CANADA | DoubleClick by Google

Google'a Aittir ve Gizlidir

L'Oréal Kanada, DoubleClick Bid Manager ve Google Analytics Premium ile Programlı Satın Almanın Güzelliğini Görüyor

L'ORÉAL CANADA | DoubleClick by Google

Google'a Aittir ve Gizlidir

Hedefler

- Kuzey Amerika'da Shu Uemura kozmetik markasını yeniden tanıtmak ve bilinirliğini artırmak
- Shu Uemura için Karl Lagerfeld'ın Shupette koleksiyonunun Kuzey Amerika satışlarını artırmak
- Shu Uemura e-posta abonesi listesini büyütmek

Yaklaşım

- Potansiyel müşterileri satın almaya yönlendirmek için programlı satın almayı kullandılar
- Google Analytics Premium ile web sitesi kitlelerini düzenlediler
- Görüntülü reklam ve sosyal medya kanallarında ücretli medya satın almak için DoubleClick Bid Manager'daki bir dizi kitle verisinden yararlandılar

Sonuçlar

- Tahmin edilen gelirden neredeyse 2 kat fazlasını elde ettiler
- EBM hedeflerini aştılar ve reklam harcamalarından %2200 gelir (ROAS) elde ettiler
- Web trafiğini ve e-posta abonelerinin sayısını artırdılar

L’ORÉAL CANADA | DoubleClick by Google

Google'a Aittir ve Gizlidir

Shu Uemura'yı Kuzey Amerika'ya yeniden tanıtmak

Shu Uemura, dünya çapında bilinen öncü Japon makyaj sanatçısı Shu Uemura tarafından 1983 yılında oluşturulan L'Oréal Luxe makyaj markasıdır. Shu Uemura, bilinirliği önemli ölçüde arttıktan sonra 2004 yılında L’Oréal tarafından satın alındı. Her ne kadar markanın satışları uluslararası olarak artsa da, ABD'de ve Kanada'daki hedef kitlesine ulaşmak kolay değildi. 2010 yılında satışların az olması, L’Oréal'in markayı ABD'deki mağazalardan çekmesine neden oldu. Şimdi markanın, ABD'de fiziksel bir satış noktası olmadan ve Kanada'da sınırlı dağıtımla Kuzey Amerika satışlarını artırması gerekiyor.

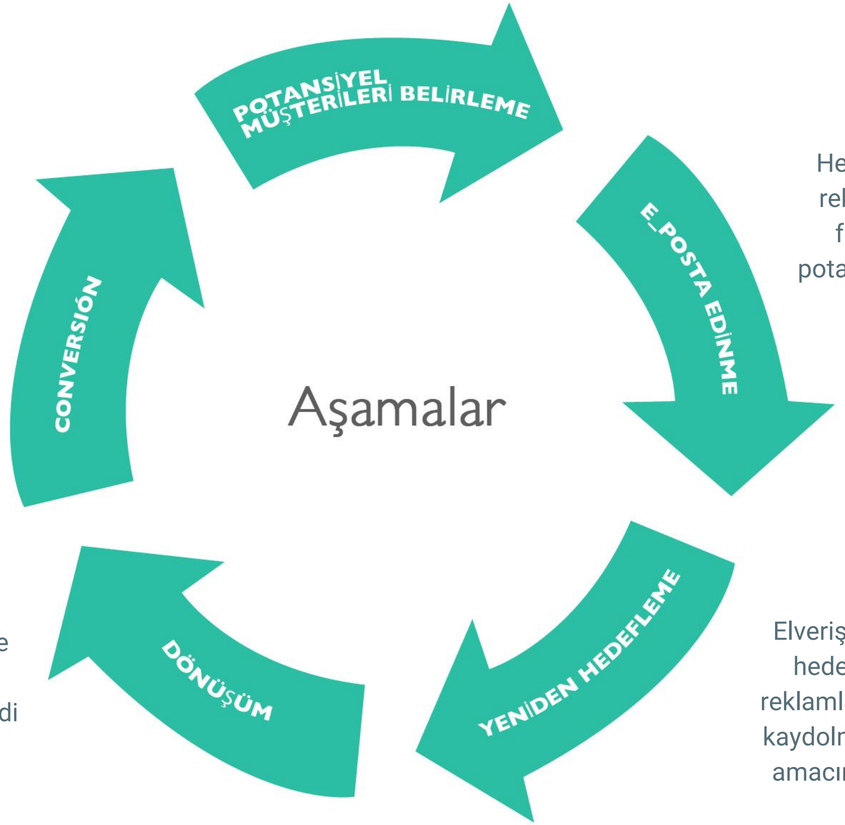
Shu Uemura her yıl, başarılı makyaj sanatçılarıyla işbirliği yapılarak oluşturulan ve sınırlı sayıda sunulan yeni bir kozmetik koleksiyonunu piyasaya sürüyor. L'Oréal son koleksiyonunda sanatçı Karl Lagerfeld (ve kedisi Choupette) ile işbirliği yaparak Shupette ürün grubunu piyasaya sürdü. L’Oréal, Kuzey Amerika'da ürün grubunu genç nesil tüketicilerle paylaşarak markanın satışlarını artırmak gibi bir fırsat olduğunu fark etti. Shu Uemura'nın yalnızca web sitesi ve sınırlı marka bilinirliği ile Kuzey Amerikalı tüketicileri haberdar olma aşamasından dönüşüme kadar uzanan satın alma yoluna yönlendirmenin bir formülünü bulması gerekiyordu. Marka, DoubleClick Bid Manager ve Google Analytics Premium'dan yararlanarak, web sitesi kitlelerini ve programlı satın almayı yönetmek için birleştirilmiş bir çözümü kullandı.

Güzel sonucun bileşenleri: Veriler + programlı satın alma

Shu Uemura'nın e-ticaret ekibindeki Jasmine Bouchard ve Adam Van Vlaardingen'in, dönüşüm hunisinde doğru noktada doğru kişileri (çoğunlukla, daha önce İnternet'ten lüks güzellik ürünleri satın almış 25-30 yaş arası kadınları) hedeflemenin bir yolunu bulması gerekiyordu. Müşteri verilerini düzenlemek için Google Analytics Premium'u, medya satın alımlarını etkinleştirmek için de Google'ın DoubleClick Bid Manager'ını kullanarak, Shu Uemura'nın potansiyel müşterileri haberdar olma aşamasından dönüşüme yönlendirmesine yardımcı oldular. Shu Uemura bir Shupette kampanyası başlattı. Kampanyanın haberdar olma ve üzerinde düşünme aşamaları, web sitesi trafiğini artırmak ve e-posta abonesi listesini büyütmek için tasarlanmıştı. Bir Google Analytics Premium müşterisi olan şirket, daha önce sitesini ziyaret etmiş kullanıcıların listesinden yararlanabildi. Şirket daha sonra, hem mevcut hem de potansiyel müşterilere (bir L'Oréal web mülkünü ziyaret edenler ve benzer modelleme kullanıldığında bu ziyaretçilere benzeyenler) ulaşmak için bu verileri kullanmak üzere Analytics hesabını DoubleClick Bid Manager'a bağladı.

1. Aşama

Mevcut kitle verilerinden yararlanmak için Google Analytics Premium DoubleClick'e bağlandı



Hedefli sosyal ve görüntülü reklamlar kullanılarak kayıt formları aracılığıyla yeni potansiyel müşteriler kazanıldı

Elverişli anlarda yeniden hedefleme yapıldı ve reklamlar e-posta listesine kaydolma veya satın alma amacına göre yayınlandı

Yeniden hedefleme yapıldı, reklamlar her bir dönüşüm aşamasına göre yayınlandı ve süreç tekrar edildi

2. Aşama

Potansiyel müşterileri belirleme araştırmasında tespit edilen mevcut ve yeni kitleler hedeflendi (benzer kitleler dahil)

Resmin sahibi: L'Oréal Kanada

Son olarak, Shu Uemura bu kitlelerin sitedeki davranışlarına göre satın almaya giden yolun neresinde olduklarını belirledi ve bu yolda bulundukları yere göre farklı reklamlar gösterdi. Şirket, Google'ın sunduğu güçlü altyapı sayesinde, programlı satın almalarda potansiyel müşterileri belirleme ve yeniden pazarlama taktiklerini dengeleyebildi.

Shu Uemura, artan web sitesi trafiği ve e-posta abonesi sayısı sayesinde kampanyanın haberdar olma ve üzerinde düşünme aşamalarında gelişim sağladıktan sonra, kampanyanın son aşaması olan elde etme aşamasına geçti. Shu Uemura, bu aşamada Shupette ürün grubunu DoubleClick Ad Exchange ve Facebook Exchange gibi reklam borsalarında web sitesinin geçmiş ziyaretçilerine yeniden pazarlamak için DoubleClick Bid Manager'ı kullandı. Shu Uemura, Google Analytics Premium'u kullanarak geçmiş ziyaretçilerin hangi ürünlerle ilgilendiklerini belirleyip, bu ziyaretçilere Shupette ürün grubundan belirli ürünleri gösterdi veya koleksiyonun tamamını kazanma teklifini sundu.

Shupette kozmetik ürün grubu

Resmin sahibi: L'Oréal Kanada

Dönüşümleri ve satın alma işlemlerini artırma

L'Oréal's Shu Uemura, birinci taraf verilerle programlı satın almayı birleştirerek, doğru müşterilere hedefli mesajlar gösterebildi. Bunun sonucunda, reklamlarla daha fazla etkileşime geçildi ve nihayetinde daha fazla satın alma elde edildi. Kampanya tahmin edilen gelirden neredeyse 2 kat fazlasını elde etti. Yeniden pazarlama taktikleri, kampanyanın edinme aşamasında %2200 ROAS sağladı ve tüm EBM hedeflerini aştı. ABD'deki EBM, hedefi %73 aştı ve L'Oréal için çok iyi performans sağlayan ücretli aramanın EBM'sinden yalnızca %13 fazlaydı. L'Oréal Kanada'nın analiz ve medya direktörü Khoi Truong şöyle diyor:

> "DoubleClick Bid Manager, en iyi kanalımız olan Arama Ağı'ndakine yakın bir EBM elde etmemizi sağlıyor. Programlı satın alma ile Arama Ağı'nı karşılaştırdığımızda, programlı satın almanın kesinlikle daha yüksek bir YG getirdiğini söyleyebiliriz."

Birleştirilmiş çözüm, doğrudan finansal sonuçlar sağlamanın yanı sıra Shu Uemura için medya kampanyalarını yönetmeyi daha kolay ve daha esnek hale getirdi. Shu Uemura, geçmişte tüm başlıca medya iş ortaklarında satın almalarını koordine etmede zorluk yaşamıştı. DoubleClick Bid Manager'da bu kampanya için tüm satın almaları merkezileştirebilme olanağı, iş akışında büyük bir verimlilik sağladı ve satın almaları koordine etmek için yapılan bir dizi toplantıyı ortadan kaldırdı. Birleştirme, sıklık sınırını da yükseltti ve bu da boşa giden reklam sayısını azaltıp ROAS'ı artırdı.

Web sitesi kitlesi verileri ile medya satın alımı arasındaki gerçek zamanlı bağ, Shu Uemura'nın daha önce sahip olmadığı bir şeydi ve şirket bunun müşteri edinme açısından büyük bir fark oluşturduğunu gördü. Şeffaflık, şirketin gerçek zamanlı olarak nelerin işe yaradığını ve değişiklik meydana getirdiğini görmesini kolaylaştırdı. Örneğin, kampanyanın ilk aşamalarında L'Oréal, ABD'nin Kanada'dan daha iyi performans gösterdiğini fark etti ve buna göre taktiklerini değiştirdi. Shu Uemura, DoubleClick ile programlı satın almadan yararlanarak kampanya ortasında stratejisini güncellemek için taze bilgileri kullanabildi ve sınırlı sayıda üretilen koleksiyonunun başarısını en üst düzeye çıkardı.

L’Oréal Kanada Hakkında

L’Oréal Kanada, dünyanın en büyük kozmetik şirketi L’Oréal Group'un tamamıyla sahibi olduğu yan kuruluşudur. Merkezi Montreal'de olan L’Oréal Kanada, 2014 yılında 1,07 milyar ABD doları tutarında satış yapmıştır ve 1200'den fazla çalışana sahiptir. Şirketin, güzellikle ilgili her alanı kapsayan 35 markadan oluşan bir portföyü vardır ve tüm dağıtım ağlarında (kitlesel pazar, mağazalar, güzellik salonları, eczaneler ve markalı perakende satış noktaları) faaliyet göstermektedir.

DoubleClick Hakkında

Google'ın DoubleClick™ ürünü, dijital reklamlar alan, oluşturan veya satan şirketlere, reklam yönetimi ve reklam sunma çözümleri sağlar. Dünyanın en iyi pazarlamacıları, yayıncıları, reklam ağları ve ajansları, dijital pazarlama faaliyetleri için temel olarak DoubleClick platformlarından yararlanmaktadır. Reklam sunma, medya planlama, arama yönetimi, rich media, video ve mobil ortam konusundaki engin bilgi birikimimizle sunduğumuz DoubleClick platformları, müşterilerin dijital medya stratejilerini daha etkili bir şekilde uygulamasına yardımcı olur.

Google'a Aittir ve Gizlidir