

SOUQ.com

Souq.com hakkında

- Dubai merkezli
- 2005'te kuruldu
- E-ticaret sitesi
- souq.com

Hedefler

- Kampanya ve teklifler için haberdar olmayı ve üzerinde düşünmeyi teşvik etmek
- Ürün satışlarını artırmak

Yaklaşım

- Marka bilinci oluşturmayı performansla birleştiren bir hafta süreli bir kampanya başlatıldı
- Reklam metnini ve görselleri uyarlamak için DoubleClick Dinamik Reklamı kullanıldı
- Google Görüntülü Reklam Ağ'ında YouTube Masthead'leri, Etkileşim Reklamları, TrueView videodan önce gösterilen reklamları ve görüntülü banner'lar kullanıldı

Sonuçlar

- Gereken farklı banner tasarımı sayısında %98 azalma
- Tıklama oranı bölgesel ortalamayı %52 aştı
- Sektörel karşılaştırma ölçütlerine göre etkileşimde 6 kat artış
- Kampanya sırasındaki marka arama sorgularında %50 artış
- İnternet üzerinden satışlarda %190 artış
- 10'a 1 oranında yatırım getirisi

"Google ekibine işle ilgili önemli bir sorunla gittik ve onlar bize, tüm gereksinimlerimizi karşılayan mükemmel bir sonuçla dönüş yaptılar."

— Sonia Lekhal, Bölgesel Pazarlama Müdürü, Souq.com

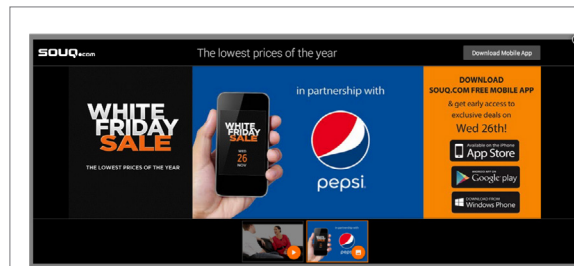
Souq.com, Google'ın marka bilinci oluşturma çözümlerini kullanarak, İnternet üzerinden satışlarda %190 artış ve 10'a 1'lik yatırım getirisi elde etti

Souq.com, Arap dünyasında yerel merkezli en büyük e-ticaret sitelerinden biridir. Souq.com'un tüketici elektroniği, ev eşyaları, moda, saat, parfüm, oyuncak ve bebek ürünleri dahil 20 farklı kategorideki 500.000'den fazla ürünü içeren kataloğu her ay 35 milyondan fazla ziyaret alır. 2005'te kurulan Souq.com bugün hem ödüllü bir perakende işletme hem de KOBİ'lerin, satıcıların ve dağıtımçıların ürünlerini İnternet'te dağıtmasını sağlayan çevrimiçi bir ticaret sitesi olarak faaliyet göstermektedir.

Souq.com, ABD'deki perakende fenomeni Kara Cuma'yı kendine uyarlayarak Beyaz Cuma fikrini ortaya çıkardı. Kasım'ın son haftası gerçekleştirilmesi planlanan bu etkinlik için Souq.com dijital ekibi, tüketicinin Beyaz Cuma'dan haberdar olup doğrudan üzerinde düşünmeye geçerek sonunda alışveriş yapmasını sağlayacak bir strateji için Google'la yakın bir çalışma içine girdi. Bir hafta süren ve tüketiciyle ilgili her yönü kapsayan bu etkinlik, dijital bir sansasyon yaratmak için hem marka bilinci oluşturma hem de performans öğelerini içeriyordu.

Yalnızca sınırlı bir süre için geçerli fırsatlara yönelik ilgi uyandırma

Souq.com, değiştirilebilir içeriğe sahip dinamik reklamlar üretilmesini sağlayan DoubleClick Dinamik Reklamı'nın yeteneklerinden yararlandı. Plan her saat içinde indirimli bir ürünün reklamını yapmaktı. Bu nedenle ekip, reklam metni, ürün görselleri, fiyatlar ve para birimi varyasyonlarını içeren bir e-tablo hazırladı. Bir kullanıcı İnternet'e girdiğinde sistem, günü ve saati, tanıtımı planlanan ürünle eşleştirmek için e-tabloyu tarıyordu. Ardından, işlem devam ederken tarih, saat ve tüketicinin bulunduğu yere göre güzel bir banner oluşturuluyordu.



Souq.com etkinliği, dinamik banner'lar, YouTube Masthead'leri, Etkileşim Reklamları, TrueView videodan önce gösterilen reklamları ve Google Görüntülü Reklam Ağ'ında görüntülü banner'lar kullanılmasını kapsıyordu.



“Dinamik programlama bize, güçlü bir harekete geçirici mesaj oluşturma, teklifler her saat yenilendiği için tekrar yapılan ziyaretleri artırma ve tekliflerin kullanılabilirliğine göre yayın sırasında içeriği güncelleştirme olanağı tanıdı.”

— Sonia Lekhal, Bölgesel Pazarlama Müdürü, Souq.com

Souq.com bu güçlü teknolojiyi, dinamik YouTube Masthead’leri, fareyle üzerine gelindiğinde genişleyen Etkileşim Reklamları ve Google Görüntülü Reklam Ağı’ndaki dinamik görüntülü banner’lar dahil dikkat çekici çeşitli biçimlerde reklamlar üretmek için kullandı. Bu birimlerin yanı sıra marka, çok katmanlı mesajların etkilerini yoğunlaştırmak için YouTube’da videodan önce gösterilen bir TrueView reklamı yayınladı. Video reklamın dört farklı sürümü, Birleşik Arap Emirlikleri, Suudi Arabistan, Kuveyt ve Mısır olmak üzere dört farklı ülkeye sunuldu.

Alakalı teklifler ses getirir, satışları artırır

DoubleClick Dinamik Reklamı, Souq.com’un geliştirmeyi hızlandırırken aynı zamanda performansı artırmaya olanak tanıdı. 100 banner tasarımı oluşturmak yerine, ekibin yalnızca iki banner hazırlaması gerekti. Bu yaklaşım, şirket dahilindeki iş akışlarının basitleştirildiği, aynı zamanda harici olarak reklamların çok daha iyi bir zamanlamaya ve alaka düzeyine kavuştuğu anlamına geliyordu.

Bir haftalık yoğun bir girişim sırasında farklı biçimleri katmanlamak Beyaz Cuma etkinliğinin büyümesine yardımcı oldu. Bu, olağanüstü sonuçlar sağlayan bir taktikti. Google Görüntülü Reklam Ağı’ndaki Souq.com reklamları 175 milyon gösterim elde ederken, fareyle üzerine gelindiğinde genişleyen birimlerin oluşturduğu güçlü etki, sektördeki karşılaştırma ölçütlerinin altı katına çıkan etkileşim oranları sağladı. Bir haftalık süre içinde kampanyanın tıklama oranı bölgesel ortalamayı %52 aştı ve marka arama sorguları %50 arttı.

YouTube’daki TrueView kampanyası; masaüstü bilgisayarlar, tabletler ve mobil cihazlarda 2 milyondan fazla görüntüleme elde etti, Masthead’ler ise bilinirlikte yoğun bir artış ve önemli çapta satış sağladı. Hatta birçok ürün saatler içinde tükendi. Souq.com İnternet üzerinden satışlarda %190 artış ve 10’a 1’lik yatırım getirisi elde etti.

Souq.com’un Bölgesel Pazarlama Müdürü Sonia Lekhal, “Dinamik programlama bize, güçlü bir harekete geçirici mesaj oluşturma, teklifler her saat yenilendiği için tekrar yapılan ziyaretleri artırma ve tekliflerin kullanılabilirliğine göre yayın sırasında içeriği güncelleştirme olanağı tanıdı,” diyor. “Google ekibine işle ilgili önemli bir sorunla gittik ve onlar bize, tüm gereksinimlerimizi karşılayan mükemmel bir sonuçla dönüş yaptılar.”