



## GOOGLE ADWORDS BAŞARI ÖYKÜSÜ

# Kariyer.net Google Gadget reklamlarıyla internette farklı sitelerde iş arama fırsatı sundu, üye sayısını artırdı

“Adaylar Kariyer.net’e gelmeden Google Gadget reklamı sayesinde buldukları siteden Kariyer.net’te iş arıyormuş gibi aradıkları ilana ulaşabildiler.”

Kariyer.net Genel Müdürü  
Yusuf Azoz



Soldan sağa: Volkan Taban, Ali Yılmaz, Yusuf Azoz

Kariyer.net 1999’da Türkiye’nin ilk insan kaynakları sitesi olarak kuruldu. Site iş arama ve işe alım süreçlerinde yeni nesil teknolojilerden yararlanarak iş arayanlarla işverenleri online ortamda buluşturuyor. 2006’dan bu yana iLab Holding bünyesinde faaliyetlerini sürdürüyor.

13. İnsan Kaynakları Zirvesi sırasında hazırlanan araştırma raporuna göre, personel alımında en çok tercih edilen online siteler içinde Kariyer.net birinci geliyor. Kariyer.net İstanbul Merkez olmak üzere, Kocaeli, Bursa, Ankara, Kayseri, Konya, İzmir, Antalya, Adana ve Gaziantep’te bulunan ofisleriyle tüm Türkiye’de satış ve satış sonrası destek hizmetleri sunuyor. 2009 Mart ayı itibarıyla sitede 9.000.000’un üzerinde aday, 20.000’i aşkın işveren üye bulunuyor. Günlük olarak sitede 13.000’den fazla iş ilanı yayınlanıyor.

### KİM?

- Kariyer.net
- İnsan Kaynakları Sitesi
- [www.kariyer.net](http://www.kariyer.net)
- İstanbul
- İşverenlerin en çok tercih ettiği site

### NEYE İHTİYAÇ DUYDU?

- Site ziyaretçi sayısını artırmak
- Kariyer.net üyelerinin özgeçmişlerini güncellemelerini sağlamak
- Kariyer.net üyesi olmayan internet kullanıcılarına ulaşmak
- İşverenlerle adayları en hızlı şekilde buluşturmak

### NE YAPTI?

- Google Gadget Reklamı ile iş arama hizmetini farklı sitelere taşıdı.

### NE KAZANDI?

- Yüksek geri dönüş oranı 358 bin kişi Gadget uygulamasını kullanarak Kariyer.net dışındaki sitelerde iş aradı.
- Hedef kitleye ulaşım: Pasif kullanıcıları sitemize çekti ve başvuru oranlarını artırdı.

### İş yaklaşımı

Bir internet şirketi olarak Kariyer.net pazarlama faaliyetlerinde de her zaman internete öncelik verdi. Kariyer.net Genel Müdürü Yusuf Azoz 1999’da Türkiye’de internet reklamcılığının yaygın olmadığını belirtiyor: “İlk dönemlerimizde marka bilinirliği sağlamak üzere banner reklamı kullanıyorduk. Bu reklamlar için önce görüntüleme sonra tıklama satın almaya başladık. Günde 17-18 bin kez tıklanan banner’ler vardı ama gelen kişiler banner’ın cezbetmesiyle mi geliyor sonra birkaç saniyede çıkıyorlar mı takip edemiyorduk. Biz ölçümlemeye, kullanıcılarımızın davranış biçimlerini öğrenmeye meraklıyız, trafiğimizin kaynaklarını bilmek istiyoruz ki sitemizi kullanıcı beklentilerine en uygun şekilde geliştirebilelim.”

“Adayların özgeçmiş oluşturup, başvuru yaparak doğru işle buluşmalarını hedefliyoruz. Bunları yapabilecekleri noktalarda karşılarında olmak istiyoruz. Google AdWords ile çok daha kısa bir sürede adayı ve işvereni sonuca ulaştırabiliyoruz.”

Kariyer.net Genel Müdürü Yusuf Azoz

Kariyer.net internet reklamcılığında yeni bir yöntem olarak ilk kez 2007 Nisan ayında Google AdWords kullanmaya başladı. İş arama ile ilgili genel kelimelerin, spesifik iş alanları için özel kelimelerin kullanıldığı arama kampanyaları ve ilgili sektörel sitelerde site hedefleme kampanyaları tercih ediyor. Azoz, Google AdWords arama reklamlarıyla başlayıp Google İçerik Ağı ile devam ettiklerini belirtiyor: “AdWords kullanmaya Kariyer.net’e hedeflediğimiz kitleyi çekme amacıyla başladık. Adayların özgeçmiş oluşturup, başvuru yaparak doğru işle buluşmalarını hedefliyoruz. Bunları yapabilecekleri noktalarda karşılarında olmak istiyoruz. Google AdWords ile çok daha kısa bir sürede adayı ve işvereni sonuca ulaştırabiliyoruz.”

## GOOGLE ADWORDS BAŞARI ÖYKÜSÜ

### Google Gadget Reklamları

Google Gadget reklamları AJAX ya da Flash'da oluşturulabilen 'web siteleri içinde web siteleri' olarak tanımlanıyor. Reklamverenlere farklı boyut-taki reklam alanlarında kendi sitesinin küçük bir örneğini oluşturmanın yanında bulmacalar, ürün bilgileri, oyunlar, mağaza konumları gibi zengin bir çeşitlilikte içerik yaratma fırsatını sunuyor. Google Gadget reklamları hedef kullanıcıları, gezdikleri herhangi bir siteden reklamvereninin sitesinden sunduğu fonksiyonlara ulaştırabiliyor. Gadget reklamı kullanma planınız varsa Google'a bildirdiğinizde, talep süreci başlatılıyor. Programlanması ve tasarımı yapıldıktan sonra tüm fonksiyonları çalışıyorsa Gadget reklamı hesabına yükleniyor. Gadget reklamları Google İçerik Ağında yer alan sitelere yerleştirilebilir.

Google Gadget reklamlarını kullanmak ve daha çok bilgi için: <http://adwords.google.com.tr/>

Kariyer.net, Google AdWords kampanya yönetiminde AdWords Qualified Company sertifikasına sahip Project House'dan danışmanlık alıyor. Project House, Kariyer.net için Google AdWords kampanya stratejilerinin belirlenmesi, aylık kampanya planlaması, günlük kampanya takibi ve raporlama süreçlerini yürütüyor. Kariyer.net'in Google AdWords uygulamalarıyla işverenler ile adayları en hızlı ve verimli şekilde nasıl bir araya getirebiliriz ihtiyacına çözüm olarak Project House Google Gadget reklamlarını önerdi. Google Gadget reklam uygulamasını Kariyer.net için hayata geçiren Project House Hesap Yöneticisi Volkan Taban, Gadget reklam uygulamalarının birer "web sitesi içinde web sitesi" olduklarını belirtiyor: "İnternet kullanıcıları Gadget reklamı üzerinden çalışmak istedikleri şehir ve sektörleri seçtiklerinde açılan yeni sayfa üzerinden ilgili iş ilanlarına ulaştılar. Bunu gerçekleştirebilmek için Gadget uygulamalarında banner'dan farklı bir teknoloji olarak web üzerinde veri ve nesne paylaşılabilmesini sağlayan xml tabanlı bir program kullanıyoruz." Kariyer.net Gadget reklam uygulaması yüksek trafik alan haber siteleri, sosyal ağlar, sektörel ve niş sitelerde yayınlandı. Yeni üye, başvuru ve özgeçmiş kayıtları gibi veriler geri dönüş oranı olarak takip edildi ve ölçüldü.

Projeyi takip eden Google Türkiye Sektör Müdürü Ali Yılmaz, Gadget reklamlarının yalnızca Google İçerik Ağında yayınlandığını belirterek ekliyor: "Gadget reklamları; farklı sitelerde Kariyer.net'in marka bilinirliğine katkı sağlarken aynı zamanda Kariyer.net'in asıl fonksiyonu olan iş arama hizmetine de reklam üzerinden erişim fırsatı sunuyor."

### Sonuçlar

Kariyer.net Gadget reklamı 14 hafta içinde 57 milyon 650 kez görüntülendi. Yaklaşık 358 bin kişi Kariyer Gadget uygulamasını kullanarak Kariyer.net dışındaki sitelerde iş aradı. Gadget reklam uygulamasının, yayınladığı her sitede birer mini-Kariyer.net olduğunu ifade eden Azoz, "Temel motivasyonumuz kullanıcıların işini mümkün olduğunca kolaylaştırmak. Adayların Kariyer.net'e gelmesini beklemeden Kariyer.net'i onlara götürmek istedik. Google Gadget sayesinde kullanıcılar buldukları siteden çıkmadan da Kariyer.net'de iş arıyormuş gibi aradıkları ilana ulaşabildiler" diyor.

Google İçerik Ağında çok sayıda yayıncı site yer alıyor. Azoz, site seçiminde kendi öngörülerini dışında Google sisteminin de doğru sitelere yönlendirdiğini söylüyor: "Google'da bulunan yayıncı siteler sektör bazında ayrılmış durumda. Sektör bazında alt kırılımlara gidebiliyorsunuz. Hatta hangi yayıncının, hangi sayfasında hangi anahtar kelimelerle çıkmak istediğinize kadar filtreleme yapabiliyorsunuz. Dolayısıyla Gadget uygulaması bizim için arama reklamları kadar verimli ve dönüşüm odaklı bir çalışma oldu."

Azoz, Google Gadget uygulaması ile Kariyer.net'e istedikleri hedef kitleyi de çektiklerini belirtiyor: "Kariyer.net iş arayanların ilk aklına gelen jenerik bir marka. İş hayatında ya da üniversite mezunu olan ya da olacak olup staj yapmak isteyen hemen herkesin Kariyer.net'te bir CV'si vardır. Gadget uygulaması ile pasif kullanıcıları da harekete geçirmeyi amaçladık. Google Gadget reklamı CV'si olsa da yıllardır Kariyer.net'i kullanmayan, aktif olarak iş aramayan ya da interneti iş aramak için hiç kullanmamış kişileri bize getirdi. CV oluşturma ve güncellenmesinde, başvuru rakamlarının artmasında çok büyük katkıları oldu."

Azoz, Google reklam kanalının, kendileri için pazarlama aktivitelerini doğru yönetmek ve zaman ayırmak açısından çok faydası olduğunu vurgulayarak ekliyor: "Toplam pazarlama bütçemiz içinde internet ortamındaki pazarlamanın payı yüzde 40'tır ve bunun önemli bölümünü Google yatırımları oluşturuyor. Bir yere bir banner koyup 'biri tıklasın' diye beklemektense, siz ne yapmak istediğinizi biliyorsunuz, ona göre program yapıyorsunuz, oradan gelen ziyaretçiler de sizin yapmasını beklediğiniz şeyleri yapıyor. Pazarlama anlamında bütçenizi, programınızı, hedeflerinizi çok doğru yönetebiliyorsunuz. Pazarlamaçıların en büyük sıkıntısı yaptıkları iletişimin sonucunu ölçememektir, bir şekilde ölçse de gösterememektir ve sonrasında doğru planlayamamaktır. Google AdWords kampanyalarında sonuçlar son derece net bir şekilde ortaya konuluyor."

