

Toyotasa'dan yenilikçi ve eşsiz bir uygulama:

Toyotasa, kişiye özel Google AdWords reklamları ile müşterilerini showroom'a çeken Türkiye'deki ilk şirket oldu



“Google’ın AdWords hizmeti diğer tüm Google hizmetleri gibi yüksek standartlara ve son derece esnek ve tamamen kişiselleştirilebilir özelliklere sahip.”

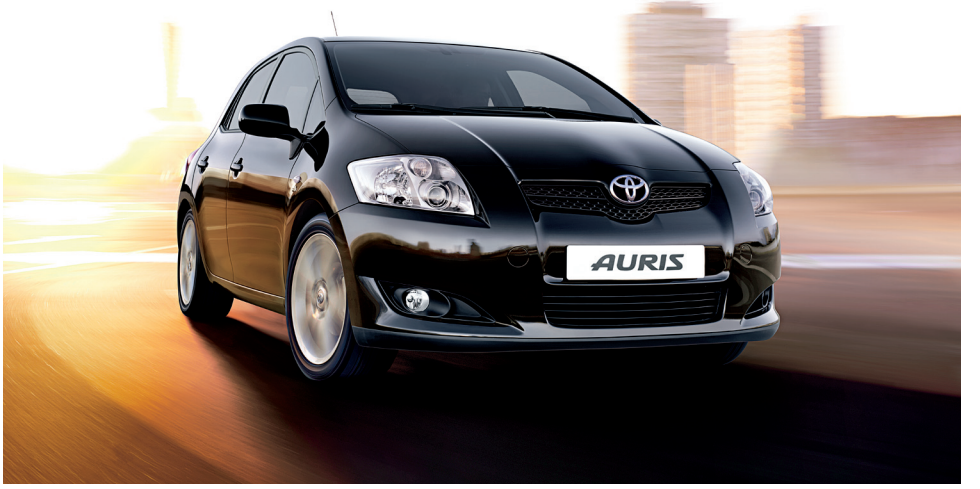
“Pazarlama Müşteri Yönetimi Ekibi Toyotasa”



GOOGLE ADWORDS HAKKINDA

Google AdWords günümüzde binlerce şirket tarafından maliyet verimliliği yüksek bir şekilde yeni müşteriler kazanmak için kullanılıyor.

AdWords anahtar sözcükleri, belirli bir ürün veya hizmet hakkında bilgi arayan web kullanıcılarını doğru bir şekilde hedefler ve bu kullanıcıların istediği reklamları gösteriyor. Anılan program, tıklama başı maliyet (TBM) üzerinden fiyatlandırma esasına dayandığı için reklam verenler sadece bir reklam tıkladığı zaman ödeme yapıyorlar, gösterim başına ödem yapılmıyor. Reklam verenler çok geniş bir dağıtım ağından yararlanabiliyor ve işlerine uygun destek ve maliyet düzeyini seçebiliyor.



Hedef:

Otomobil şirketleri arasında C segmeninde yaşanan rekabet arttıkça, özellikle kalabalık Avrupa pazarında marka farkındalığı ve müşteri memnuniyeti en önemli etkenler haline gelmiş durumda.

Toyotasa Pazarlama ve Satış A.Ş. (Toyotasa), Türkiye pazarındaki bu rekabetçi ortama, yakın bir zamanda yepyeni hatchback modeli Auris'i sundu. Toyotasa, Auris lansmanında marka bilinirliğini sağlayacak, kendine rekabet avantajı getirecek, yenilikçi bir pazarlama anlayışıyla yola çıktı.

İş Yaklaşımı:

Birebir ve interaktif pazarlama stratejilerinin oluşturulmasından ve uygulanmasından sorumlu olan Toyota Pazarlama Müşteri Yönetimi Departmanı, Auris lansmanında marka bilinirliğini arttırmayı ve web sitesinden (www.toyotasa.com.tr) Toyota Plazalar'a mümkün olan en fazla sayıda kişiyi yönlendirmeyi hedefliyordu. Bu hedefi gerçekleştirebilmek için, interaktif ajansı Project House ve Google Türkiye Ofisi ile birlikte, arama motoru reklam programını Google AdWords işbirliği ile uygulamaya koydu.

Bu işbirliği oluşturulurken Google'ın Türkiye'deki en popüler arama motoru olması ve Google kullanıcılarının halihazırda Toyotasa web sitesi ziyaretçi sayısına önemli katkıda bulunan gerçeğinden yola çıkıldı.

Toyota, Auris – Yeni Toyota'ya ilgi çekebilmek ve marka bilinirliğini arttırmak için yenilikçi ve dinamik bir iletişim yaklaşımına ihtiyaç duyduğunun farkındaydı. Pazarlama Müşteri Yönetimi Müdürü İsmail Ergun: “Auris'i farklı ve etkileyici bir pazarlama yaklaşımı ile müşterilerimize sürpriz yaparak tanıtmak istiyorduk” diyor. Buna yönelik olarak, Pazarlama Müşteri Yönetimi Ekibi, kişiye özel uygulanabilecek, yenilikçi bir interaktif kampanyada karar kıldı.

İlk olarak şirketin interaktif ajansı Project House, Toyotasa potansiyel müşteri veritabanından yaklaşık 70.00 isim belirlendi. Her bir isim AdWords'te saklandı ve doğruluğu test edildi. Daha sonra Toyotasa bu potansiyel müşterilerin cep telefonlarına kişiselleştirilmiş SMS'ler göndererek Google Türkiye sitesinden isimlerini aramaya davet etti.

“Google AdWords kampanyasıyla test sürüşü başvuru oranımız normale göre 6 kat daha başarılı.”

“Pazarlama Müşteri Yönetimi Ekibi Toyotasa”

Potansiyel müşteriler Google Türkiye arama kutusuna isimlerini girdiklerinde çok şaşırtıcı sonuçlarla karşılaştılar. İsimlerini AdWords sponsor bağlantıları arasında en yüksek noktada görüyorlardı. Bu bağlantıda aynı zamanda www.auris-yenitoyota.com adresinde yer alan Auris mikro sitesini ziyaret etmeleri için kişiselleştirilmiş bir davet yer alıyordu. Siteyi ziyaret ettiklerinde ise, kendi isimleriyle karşılanıyor, Toyota'nın yeni modeli Auris ile ilgili ürün bilgilerine ulaşabiliyor; e-broşür ya da ekran koruyucu indirebiliyor, Auris'le test sürüşü yapmak için başvuruda bulunabiliyorlardı.

Sonuçlar:

Elde edilen sonuçlar hayli etkileyici. Toyotasa, söz konusu Google AdWords kampanyasıyla test sürüşü başvurularında önemli bir artış elde etti. Kişiselleştirilmiş mesajları alan 70 bin kişinin yüzde 25'i Auris mikro sitesini ziyaret etti ve 500 kişi de test sürüşü başvurusunda bulundu. Normalde, Toyotasa web sitesini ziyaret eden kişilerin yüzde 0.5'i test sürüşü başvurusunda bulunurken, kişiye özel uygulanan söz konusu AdWords kampanyasıyla, bu oran %3'e kadar yükseldi.

“Toyotasa'daki vizyonumuz, müşterilerini en çok memnun eden ve ilk tercih edilen lider marka olmak. Google AdWords etkileyici ve ölçülebilir sonuçlara ulaşmamızı sağlayan harika bir araç.”

Toyotasa yöneticileri, Auris'in, Türkiye otomobil pazarının önemli bölümünü teşkil eden ve hızla büyüyen segmentinin ihtiyaçlarına cevap verdiği inancını taşıyor. Pazarlama Müşteri Yönetim Ekibi, bu yenilikçi iletişim yaklaşımının; lansmanı tamamlayan, son derece önemli bir adım olduğunu belirtiyor ve şöyle diyor: “Yepyeni bir otomobilin tanıtımı için yenilikçi bir uygulama gerekiyordu. Ana amaçlarımızdan biri, hedef kitemize ulaşmak. AdWords'ü kullanarak bu amaca ulaşmamızı sağlayan yenilikçi, interaktif bir iletişim yarattık.”

Pazarlama Müşteri Yönetim Ekibi, internet reklamcılığında geri dönüş oranlarında başarılı sonuçlara ulaşmak için en uygun kanallardan birinin Google olduğunu belirtiyor: “Google'ın AdWords hizmeti diğer tüm Google hizmetleri gibi yüksek standartlara ve son derece esnek ve tamamen kişiselleştirilebilir özelliklere sahip.” Toyotasa ekibi aynı zamanda ‘tık’lama başına maliyet, raporlama ve düzenli site ziyareti gibi Google'ın sunduğu diğer faaliyetlerden de yararlanmaktan son derece memnun.

“Bu eşsiz web uygulaması sayesinde Auris için kişiye özel bir tanıtım hazırladık ve potansiyel müşterilerimize ulaştık” diyor Pazarlama Müşteri Yönetimi Müdürü İsmail Ergun. Ekip aynı zamanda Google ile birlikte gerçekleştirilen yenilikçi reklam stratejisinin şirkete katma değer sağladığını da belirtiyor ve şöyle diyor: “Toyotasa'daki vizyonumuz en yüksek müşteri memnuniyetini sağlayan lider marka olmak. Bu hedefe ulaşmak için bir numaralı arama motoruyla işbirliği yapmak çok mantıklı. Google AdWords etkileyici ve ölçülebilir sonuçlara ulaşmamızı sağlayan harika bir araç.”

