
Durgun Ekonomide Hız Kesmeyin

Google™

İçindekiler

Giriş	1
İnternette alışveriş yapanlar son sürat önde	3
Kullanıcıların internette neleri aradıklarını öğrenin	5
Web sitenizin Google arama sonuçlarında çıktığından emin olun	6
Durgun ekonomi internetteki büyümeyi hızlandıracak	7
Hedef kitlenizin ziyaret ettiği siteleri bulun	9
Pazarlama faaliyetlerinizi ve web sitenizi ücretsiz optimize edin	10
Mümkün olduğunca çok kazançlı tıklamaya ulaşın	11
Web sitenizden daha fazla gelir elde edin	12
Tüketicileri izleyip pazarlama yatırımınızın geri dönüşünü artırın	13
Müşterileri nelerin etkilediğini öğrenmek için bilimsel veriler kullanın	15
Sizi arayan daha fazla kişiye ulaşın	16
Google AdWords hakkında daha fazla bilgi edinin	17
Google Apps ile bilgi teknolojilerine değil, ana işinize odaklanın	18

Giriş

En başarılı şirketler, durgun ekonomide daha da hızlanır.

Bu şirketlerin performans farkı durgunluk döneminde büyüme dönemindekinden daha fazladır. Gelirlerini artıran şirketler, bir yandan maliyetlerini dikkatli bir şekilde yönetirken, diğer yandan da büyümek üzere yatırım yapmaya ve kazanç getiren ürünlere odaklanmaya devam eder.

Ekonomik durgunluk tüketicileri internet teknolojilerine yönlendirecektir.

Ancak bu sefer durum farklı. Bu sebeple, ekonomik durgunluğun, dijital teknolojilerin ve internetin daha fazla benimsenmesini ve kullanılmasını teşvik etmesi bekleniyor.

İnternetteki tüketicileri anlamak, durgun ekonomide yolunuza hız kesmeden devam etmenize yardımcı olabilir.

Şirketler, ekonomik durgunluk sırasında işletmelerini geliştirmede daha esnek, etkili ve hedefe odaklı olabilmek için günümüzün tüketicilerini anlayarak dijital teknoloji ve kitle iletişim araçlarından faydalanabilir.

Google'ın sunduğu teknolojik çözümler size yardımcı olabilir.

Bu kitapçık internet ortamında neler olduğunu gözler önüne seriyor. Google olarak, internet tabanlı araç ve teknolojilerimizin bu ekonomik durgunluk döneminde işlerinizi hızlandırmanıza yardımcı olabileceğine inanıyoruz. Kullanıcılara en çok fayda sağlayan hizmetlerimizden bazılarını dair bilgi ve bağlantıları bu kitapçıkta bulabilirsiniz.

– **Bülent Hiçsönmez,**
Google Türkiye Ülke Müdürü

– **Mustafa İçil,**
Google Türkiye Pazarlama Müdürü

Reklamverenler ekonomik sıkıntılara rağmen, güçlü yatırım getirisi (ROI) ve diğer taktikleri gölgede bırakan performansı nedeniyle arama motoruna yatırım yapmaya devam ediyorlar.

— Razorfish Mart 2009

Arama motoru reklamları günümüz makroekonomik koşullarında kazanan taraf olacak.

— JP Morgan Ocak 2009

İnternet reklamcılığına yapılan yatırımlar ekonomik durgunluğa rağmen artmaya devam edecek.

— E-Marketer Ekim 2008

Geçtiğimiz on yılda reklamverenler, hedef kitlelerinin ilgi değişimlerini izleyerek yatırımlarını daha interaktif ve ölçümlenebilir medya araçlarına kaydırmaya başladılar. Bu sıkıntılı günlerde bile bu alanlara yapılan yatırımların %20 büyümesi bekleniyor.

— IBM Mart'09

İnternet, sosyal ağlar ve mobil cihazlar gibi yeni iletişim araçları verimlilikleriyle giderek daha çok öne çıkarken, TV gibi geleneksel medya araçlarının maliyeti artıyor. Bunu göz önüne alarak, birçok pazarlama planı, yeni iletişim araçlarına %10-15 oranında yer verecek şekilde yeniden oluşturuluyor.

— McKinsey Aralık 2008

İnternette alışveriş yapanlar son sürat önde

Tüketicilerin dijital dünyayı benimsemelerinde durgunluk yaşanmıyor. Tüketicilerin ve firmaların interneti hızla keşfetmesi ile Türkiye’de internet pazarı hızla gelişiyor.

Dünya çapında 1,6 milyar insan internette dolaşıyor, bu da toplam nüfusun **yaklaşık % 24**’ünü oluşturuyor.

— internetworldstats.com, Mart 2009

Dünya çapında günlük e-posta hacmi şu anda 210 milyara dayandı ve bu rakam gittikçe artıyor.

— The Radicati Group, Inc. Basın Açıklaması
‘The Radicati Group, Inc. Açıklamaları Q2
2008 Pazar Rakamları Güncellemeleri’,
Ağustos 2008

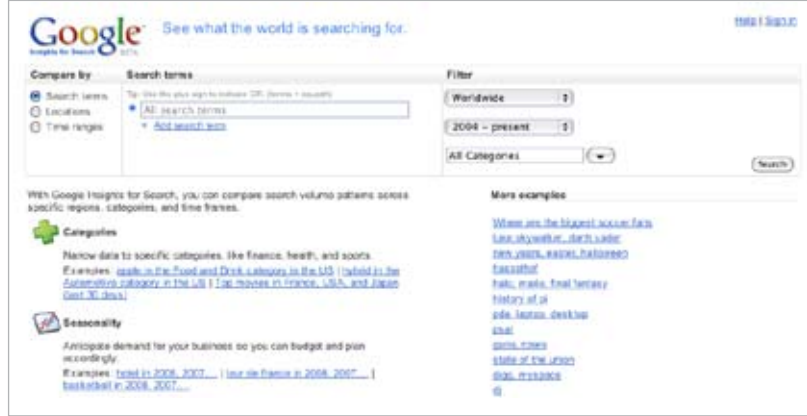
Türkiye’de internet kullanımı 2000 yılından beri **12 kat** arttı ve Avrupa’nın en çok internet kullanıcısı olan **7. ülkesi** konumuna yükseldi.

— internetworldstats.com, Mart 2009

Türkiye’de İnternet kullanıcılarının sayısı 26,5 milyon; yani nüfusun **%35**’i internet kullanıyor.

— internetworldstats.com, Mart 2009

Kullanıcıların internette ne aradıklarını öğrenin



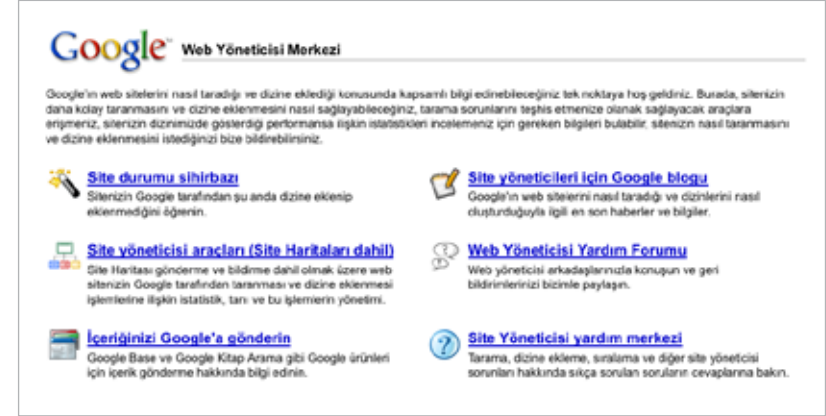
The screenshot shows the Google Insights for Search interface. It features a search bar with the text "See what the world is searching for." and a "Filter" section with dropdown menus for "Worldwide", "2004 - present", and "All Categories". Below the search bar, there are sections for "Categories", "Seasonality", and "More examples". The "Categories" section lists examples like "apple in the food and drink category in the US" and "basketball in 2008, 2007...". The "Seasonality" section lists examples like "gold in 2008, 2007..." and "baseball in 2008, 2007...". The "More examples" section lists examples like "Wine on the biggest occasions in Italy" and "history of oil".

google.com/insights/search

Google Insights For Search, anahtar kelimelerinize ilişkin arama trendlerini, belirli kategori, zaman aralığı ve bölgelerde karşılaştırmanıza olanak sağlar.

- Araştırmanızı odaklamak için verileri finans, sağlık ve spor gibi belirli kategorilerle sınırlayın
- Ürünleriniz ve hizmetleriniz için oluşacak talep ile ilgili önceden bir tahmininiz olsun, böylece bütçenizi ve planlarınızı ona göre ayarlayın.
- Müşterilerinizi nerede bulacağınızdan haberdar olun ve arama trendlerinin ülkeler, bölgeler ve şehirler arasında nasıl dağıldığı hakkında bilgi edinin.

Web sitenizin Google arama sonuçlarında çıktığından emin olun



The screenshot shows the Google Webmaster Central interface. It features a header with the Google logo and "Web Yöneticisi Merkezi". Below the header, there are several sections with icons and text: "Site durumu sıhribazı" (Site Health Check), "Site yöneticileri için Google blogu" (Google Blog for Webmasters), "Site yöneticisi araçları (Site Haritaları dahil)" (Site Management Tools (Including Site Maps)), "Web Yöneticisi Yardım Forumu" (Webmaster Help Forum), "İçeriğinizi Google'a gönderin" (Submit your content to Google), and "Site Yöneticisi yardım merkezi" (Webmaster Help Center).

google.com.tr/webmasters

Google Web Yöneticisi Araçları, sayfalarınızın Google'daki görünürlüğü hakkında ayrıntılı raporlar sunar. Web sitesi bilgilerinizi Google'a kaydederek yeni müşterilerin sizi ve ürünlerinizi bulmasını kolaylaştırabilirsiniz.

Durgun ekonomi internetteki büyümeyi hızlandıracak

Artık en uygun fiyatları arayanlar internet başında. Tüketiciler, internette eriştikleri bilgi ve fikirlere değer veriyorlar. Tüketicilerin aile bütçeleri durgunluk sebebiyle azaldıkça, en uygun fiyatları bulabilmek için interneti kullanma oranlarının artması bekleniyor. Aynı zamanda, insanlar dışarıda harcadıkları parayı da kısıtladıkları için, internetteki sosyal ortamlara ve eğlence olanaklarına yönelme oranları artacak.

Ekonomik koşullar, medya kullanım alışkanlıklarını değiştiriyor.

— Brand Republic, Aralık 2008

Tüketicilerin %30'u promosyonları 12 ay öncekinden daha fazla takip ediyor.

— The Retail Bülteni 'Ekonomik kriz vurduğundan beri tüketiciler promosyonları daha çok takip ediyor', Haziran 2008

Avrupa genelinde internette alışveriş yapan kimselerin % 40'ı internette yaptıkları araştırmadan sonra hangi markayı satın alacakları konusunda fikir değiştiriyorlar.

— EIAA Araştırması 'Net Satın Alım Gücü', Ocak 2008

İnternet kullanıcılarının %73'ü bir ürün hakkında araştırma yaparken arama motorlarını çevrelerinden aldıkları tavsiyelerden (%63) daha güvenilir bir kaynak olarak tercih ediyor.

— EIAA Mediascope Avrupa Çalışması, Kasım 2007

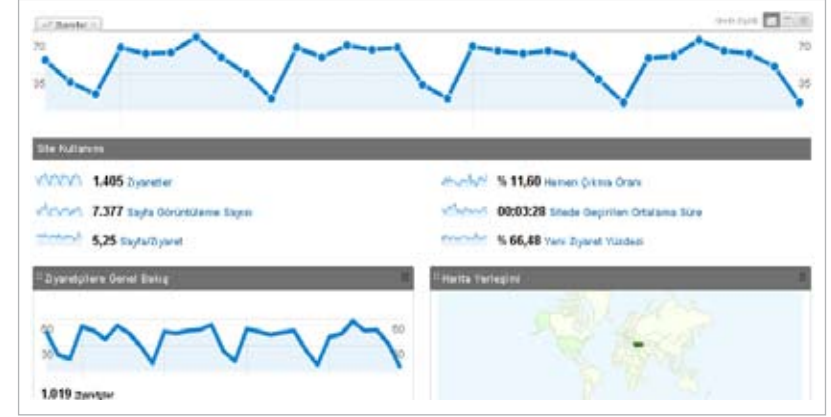
Hedef kitlenizin ziyaret ettiği siteleri bulun



google.com/adplanner

Google Ad Planner reklamverenleri ve yayıncıları bir araya getiren araştırma ve medya planlama aracıdır. Bu araç, toplumsal istatistikler ve ilgi alanlarına bağlı olarak hedef müşterilerin ziyaret etmesi muhtemel siteler hakkında size bilgi verir. Belli bir site için toplum istatistikleri ve ilgili aramalar gibi daha fazla ayrıntıya, veya medya planınıza kullanmak istediğiniz sitelere ait kitlesel istatistiklere ulaşabilirsiniz.

Pazarlama faaliyetlerinizi ve web sitenizi ücretsiz optimize edin



google.com.tr/analytics

Google Analytics, web sitenizi ziyaret eden kitlenin hangi siteler, arama motorları ve anahtar kelimelerden geldiğini gösteren ücretsiz bir araçtır. Analytics'i, yatırımın geri dönüşüne dayalı ve hedef odaklı pazarlama kampanyaları yaratmak ve site tasarımı ve içeriğinizi geliştirmek için kullanabilirsiniz.

Bu aracı kullanmak için, AdWords müşterisi olmanız gerekli değildir; ancak Google Analytics'i AdWords hesabınıza bağladığınız zaman, AdWords ile gerçekleştirdiğiniz reklam yatırımının geri dönüşünü anahtar kelime seviyesine kadar ayrıntılı raporlar ile izleyebilirsiniz. Tek yapmanız gereken, AdWords hesabınız içindeki Analytics sekmesine tıklamanız ve iki hesabı birbirine bağlamak için gerekli talimatları izlemenizdir.

Mümkün olduğunca çok kazançlı tıklamaya ulaşın



google.com.tr/adwords/conversionoptimizer

Dönüşüm Optimize Edici, belirli dönüşüm hedefleri çerçevesinde, tıklama başı maliyet (TBM) tekliflerinizi yönetmenizi sağlayan bir AdWords teklif verme özelliğidir. Dönüşüm Optimize Edici, her reklam açık artırmasında bir dönüşüm gerçekleşme olasılığına dayalı olarak TBM teklifinizi otomatik olarak belirler. Bu araç bir dönüşümün gerçekleşmesi muhtemel olmadığında, bir yandan paranızı korurken diğer yandan da mümkün olan en fazla kazançlı tıklama sayısına ulaşmanızı sağlar.

Web sitenizden daha fazla gelir elde edin



adsense.google.com.tr

Google AdSense, sitenizdeki reklam alanlarında, sitenizin içeriğine uygun reklamları yayınlar. Siz de ziyaretçileriniz bu reklamları tıkladıklarında gelir elde edersiniz. Böylece web sitenizin reklam kazancını çok az bir çabayla ve ek bir masraf olmaksızın arttırabilirsiniz.

Tüketicileri izleyip pazarlama yatırımınızın geri dönüşünü artırın

Dijital pazarlama, özellikle de arama motorları aracılığıyla yapılan pazarlama yöntemleri, hedef odaklı ve uygun maliyetlidir. Geleneksel iletişim araçlarından daha fazla geri dönüş sağlamanıza da yardımcı olabilir. Bu konuda hareketsiz kalmanız ise size çok şey kaybettirebilir – internetteki kullanıcı deneyimi, hem internette, hem de geleneksel mecralardaki başarı için çok önemlidir.



Bir markanın doğal arama sonuçları ve sponsor bağlantılar arasında en üstte çıktığı durumlarda, alışveriş yapacak tüketicilerin %84'ü o ürünü almayı düşünür. Aynı marka sadece doğal aramada en üstte çıktığında ise satın alınma olasılığı %73'e iner.

— Ipsos Mori ortaklığında Enquiro Araştırması, Nisan 2008

İnternet kullanıcılarının %67'si internet dışındaki ortamlarda aldıkları mesajlar nedeniyle arama yapıyor. Bu aramaların %39'unun satın alma işlemiyle sonuçlanması, arama ve geleneksel pazarlama yöntemleri arasındaki sinerjiyi ortaya koyuyor.

— JupiterResearch ile iProspect çalışması 'İnternet Dışındaki Mecraların İnternetteki Arama Davranışına Etkisi', Ağustos 2007

Televizyonda bir reklam izleyip internette arama yapan kişilerin yüzdesi %57'dir.

Tüketicilerin %21'i bir TV reklamını izledikten sonra, söz konusu ürünü internette satın alıyor.

Tüketicilerin %60'ı TV'de izlediği bir reklamı internette de arıyor.

— IAB, Mayıs 2008

İnternet'te yapılan arama, marka farkındalığının artırılması konusunda diğer iletişim araçları kanallarından %52 daha az maliyetle aynı etkiyi yaratır.

— Millward Brown'ın Google ile araştırması, 2007

Müşterileri nelerin etkilediğini öğrenmek için bilimsel veriler kullanın



The screenshot shows the Google Web Site Optimizer interface. At the top, there is a language dropdown menu set to 'Türkçe'. Below the header, there is a 'Kayıt olun »' button. The main content area is divided into two columns. The left column contains a heading 'Sitenizin dönüşüm oranını artırın.' followed by a paragraph explaining the tool's benefits. Below this, there is a section titled 'Test yapmaya bugün başlayın ve...' with a list of four bullet points: 'Web sitesi dönüşüm oranlarını artırın', 'Ziyaretçi hemen çıkış oranlarını azaltın', 'Sitenizde harcanan süreyi artırın', and 'Ziyaretçi memnuniyetini artırın'. The right column features a 'Google Hesabınız' section with a 'Giriş yap' button and a 'Hesabına erişemiyorum' link. There is also a 'Kayıt olun »' button in the top right of the main content area.

google.com.tr/websitoptimizer

Web Sitesi Optimize Edici, mevcut web sitenizin trafik değerini hiçbir masraf yapmadan artırmanızı sağlar. Site içeriğini ve tasarımını test ve optimize etmek için Web Sitesi Optimize Edici'yi kullanarak gelirlerinizi ve yatırımınızın geri dönüşümünü hızlıca ve kolay bir şekilde artırabilirsiniz.

Sizi arayan daha fazla kişiye ulaşın



The screenshot shows the Google AdWords Keyword Tool interface. At the top, there is a language dropdown menu set to 'Türkçe'. Below the header, there is a 'Kayıt olun »' button. The main content area is divided into two columns. The left column contains a heading 'Anahtar Kelime Aracı' followed by a paragraph explaining the tool's benefits. Below this, there is a section titled 'Test yapmaya bugün başlayın ve...' with a list of four bullet points: 'Web sitesi dönüşüm oranlarını artırın', 'Ziyaretçi hemen çıkış oranlarını azaltın', 'Sitenizde harcanan süreyi artırın', and 'Ziyaretçi memnuniyetini artırın'. The right column features a 'Google Hesabınız' section with a 'Giriş yap' button and a 'Hesabına erişemiyorum' link. There is also a 'Kayıt olun »' button in the top right of the main content area.

adwords.google.com.tr/select/KeywordToolExternal

Google Anahtar Kelime Aracı, AdWords hesabınız için yeni anahtar kelimeler bulmanızı sağlayan faydalı bir araçtır. Bu araç, sitenizin içeriğiyle ilgili kullanıcı aramalarının bir listesini oluşturur. Bu arama terimlerini, reklam grubu anahtar kelime listelerinize eklemek, diğer kanallar vasıtasıyla erişemeyebileceğiniz yeni müşterilere ulaşmanıza yardımcı olur.

Google AdWords hakkında daha fazla bilgi edinin



adwords.google.com.tr

Firmanızı Google'da doğal arama sonuçlarının yanısıra, Google AdWords ile vereceğiniz reklamlar ile tanıtmak size verimli ve hedef odaklı sonuçlar sunar. Ayrıca, dünyanın en büyük içeriğe dayalı reklamcılık ağı olan Google İçerik Ağı'nda da reklamınızı kolaylıkla yayınlatabilirsiniz.

Google AdWords hakkında haberler, bilgiler ve ipuçları için Google AdWords blogunu ziyaret edin: adwords-tr.blogspot.com

Google AdWords'ün nasıl işlediği hakkında daha fazla bilgi edinmek için Google AdWords Öğrenim Merkezi'ni ziyaret edin: google.com.tr/adwords/learningcenter

Google Apps ile bilgi teknolojilerine değil, esas işinize odaklanın google.com.tr/a

Ofisiniz için gerekli uygulamaları Google'a bırakarak para ve zamandan tasarruf edin ve ana faaliyetlerinize odaklanın.

Google Apps e-posta, takvim ve masaüstü araçlarını Google'a bırakarak işletmenizin zaman ve paradan tasarruf etmesini sağlar. Bu sayede çalışanlarınız önemli uygulamalara düşük maliyetlerle genel erişim hakkı kazanır. Ayrıca, yerel olarak kurup çalıştırmanız gereken herhangi bir donanım ya da yazılım yoktur.

İnternetin gücünü kullanmalarına olanak vererek çalışanlarınızın daha iyi ve verimli bir şekilde işbirliği yapmalarını sağlayın.

Google Apps, insanların çevrimiçi ortamda işbirliği yapmalarını kolay bir hale getiren Google Dokümanlar, Siteler ve Google Video ile çalışanlarınızın üretkenliğini de artırır. Çalışanlarınız, internet bağlantısı olan herhangi bir yerde dokümanlar, tablolar, sunumlar, web siteleri ve videolar yaratabilir ve yarattıkları kaynakları paylaşarak aralarındaki işbirliğini artırabilirler.

Piyasadaki bu durgunlukla daha iyi mücadele etmek için maliyetlerinizi düşürün ve en çok ihtiyacınız olan şeye, yani esas işinize yatırım yapın.

Postini tarafından desteklenen Google Apps güvenlik hizmetleri kuruluşunuzun daha güvenli, uyumlu ve üretken olmasını sağlamak için istenmeyen e-posta filtreleme, e-posta güvenliği ve arşivleme özelliklerini sunar. Sizin kurmanız ya da bakımını sağlamanız gereken hiçbir şey yoktur; bu sebeple altyapınızın sağlıklı bir şekilde çalışması için sürekli olarak mücadele etmenize gerek kalmaz. Onun yerine, işlerinizi geliştirecek stratejik faaliyetlere odaklanabilirsiniz.



Google Insights For Search

Müşterilerin internette neleri aradıklarını öğrenin

google.com/insights/search

Google Web Yöneticisi Merkezi

Web sitenizin Google arama sonuçlarında çıktığından emin olun

google.com.tr/webmasters

Google Analytics

Pazarlama kampanyalarınızı ve sitenizi ücretsiz optimize edin

google.com.tr/analytics

Google Web Sitesi Optimize Edici

Müşterileri nelerin etkilediğini öğrenmek için bilimsel veriler kullanın

google.com.tr/websiteoptimizer

Google AdWords: Dönüşüm Optimize Edici

Mümkün olan en fazla kazançlı tıklama sayısına ulaşın

google.com.tr/adwords/conversionoptimizer

Google AdWords: Anahtar Kelime Aracı

Sizi arayan daha fazla kişiye ulaşın

adwords.google.com.tr/select/KeywordToolExternal

Google Ad Planner

Hedef kitlenizin ziyaret edeceği siteleri bulun

google.com/adplanner

Google AdSense

Web sitenizden daha fazla gelir elde edin

adsense.google.com.tr

Google Apps

Bilgi teknolojilerine değil, ana işinize odaklanın

google.com.tr/a

Google™

© Telif hakkı 2009. Google, Google Inc'in ticari markasıdır. Diğer şirket ve ürün adları bağlantılı oldukları ilgili şirketlerin ticari markaları olabilir. 1641653-tr-bro-suits
