



# Google AdWords Şirketlerin Başarıya Giden Yoldaki Yardımcısı

## AdWords

AdWords, kullanıcıların arama sorgularına hedeflenmiş metin tabanlı reklamlardır. Bunların nasıl çalıştığını öğrenin.

Google'ın "Sponsor Bağlantıları"nın sıralaması, şuna göre belirlenir: reklam için ödenen fiyat ve reklamın kendi kalitesini içeren bir kombinasyon

The screenshot shows a Google search for "konut kredisi" (mortgage loan). The search results are displayed in a grid format. The top result is "Konut Ev Emlak Kredileri" from www.hangkredi.com, which is a sponsored link. Below it are several organic search results from various websites like kredipazan.com, konutkredileri.com, finzoom.com, finansbank.com, and isbank.com.tr. The search results are sorted by relevance, with the sponsored link appearing at the top. The search bar shows "konut kredisi" and the search button is labeled "Ara". The search results are for the Turkish language and region.

Bu örnekte, birinin Google arama motoruna "konut kredisi" yazdığını varsayalım.

Doğal sonuçlarımız, kullanıcıların sorgusunun altında görüntülenir (bunlar, mavi renkteki "Arama Sonuçları" kutusunda bulunur). Bu sonuçlar yalnızca bilgisayar algoritması tarafından belirlenir. Doğal sonuçların hemen üzerinde veya sağında görünen Sponsor Bağlantılar veya ücretli reklamlarla (bunlar kırmızı "Google AdWords" alanında bulunur) hiçbir ilişkileri yoktur.

Bu "Sponsor Bağlantıları" oluşturmak için reklamverenlerin aşağıdakileri yapmaları gerekir:

1. İlk olarak şık bir başlıktan, sunulan ürünü veya hizmeti açıklayan iki satırlık bir metinden ve müşteri web sitelerine yönlendirecek bir bağlantıdan oluşan bir metin tabanlı reklam oluşturmaları;
2. Ardından, reklamlarını tetikleyecek bir dizi anahtar kelime seçmeleri gerekir. Örneğin, bir çiçekçi, anahtar kelime olarak "çiçekler", "güller" veya "sevgililer günü" kelimelerini seçebilir.
3. Reklamverenler, son olarak her bir anahtar kelime için ödemek istedikleri maksimum fiyatı belirler. Bu, çevrimiçi açık artırmayla yapılır.

Google'ın "Sponsor Bağlantılarının" sınırlaması, reklam için ödenen fiyatı (piyasada "tıklama başı maliyet" olarak bilinir) ve reklamın kendi kalitesini ("tıklama oranı") içeren bir kombinasyondan oluşur.

---

Günümüzde, herhangi bir küçük veya orta ölçekli işletme, ulusal ölçekte sesini duyurmak için AdWords kullanabilir.

---

AdWords reklamlarının sayısız avantajı vardır, bunların en önemlilerinden bazıları aşağıda verilmiştir:

- **Reklamların alaka düzeyi oldukça yüksektir.** Reklamlar, kullanıcılar gerçek anlamda belirli bir ürünü veya bilgiyi aradıklarında görünürler. Bu da reklamların değerini, yalnızca Google ve reklamverenlerimiz için değil, rastgele gösterilen reklamlara kıyasla alakalı reklamlardan daha fazla fayda sağlayacaklarından kullanıcılar için de artırır.
- **Her reklamın fiyatı, Google tarafından değil, açık artırma sırasında reklamveren tarafından belirlenir.** Bu da rekabeti artırır.
- **Reklamverenler yalnızca birisi reklamlarını tıklarsa ödeme yapar.** Ayrıca, herhangi bir minimum sözleşme veya harcama gereksinimi yoktur. Kullanıcılar herhangi bir ödeme yapmaz.
- **Arama reklamları, reklamcılığa erişimin demokratikleşmesine yardımcı olmuştur:** Eskiden TV, radyo veya gazetelere ulusal çapta reklam vermeye yalnızca büyük şirketlerin bütçeleri el veriyordu. Günümüzde ise herhangi bir küçük veya orta ölçekli işletme, ulusal çapta kendini tanıtmak için AdWords reklamlarını kullanabilir.

---

“Google AdWords kullanmaya başladığımızdan bu yana, küçük çaplı şirketimizin geliri yüzde 80 oranında arttı ve daha büyük bir potansiyel müşteri havuzundan 100 yeni müşteri kazanmayı başardık. Google AdWords sayesinde şimdi bünyemize bir uçuş eğitmeni daha katmayı düşünüyoruz.”

Peter Seifert, Yönetici ve İşletme Sahibi, Reviewings, Almanya

---

“Google AdWords ile kampanyalarımızın kârlılığını gerçek zamanlı olarak tahmin edebiliyoruz. Ödediğimiz her tutarın tam olarak ne kazandıracağını biliyoruz. AdWords, kurumsal imaj oluşturma sürecimizin inkar edilemez ölçüde önemli bir parçası.”

Pascal Dupenloup, Pazarlama Müdürü, Manutan, Fransa

---

“Yaklaşık bir yıl boyunca farklı potansiyel müşteri oluşturma yöntemlerini denedikten sonra, Google AdWord’ü kullanmaya karar verdik. Geçen yıl yüzde 30 ila 40 oranında büyüme sağladık. Sanki tüm Hollanda aynı anda bizi bulmuştu! Zamanla daha fazla anahtar kelime eklemeyi sürdürdük. Müşterilerimizin yüzde 65’ini AdWords aracılığıyla kazandık ve bu sonuç doğrultusunda, şu anda pazarlama bütçemizin büyük bölümünü Google AdWords’e ayırmış bulunuyoruz. Bu durumdan da oldukça memnunuz.”

Atse Hamers, Müşterek İşletme Sahibi, Outstanding Events, Hollanda

---



## Google İçerik Ağı ile daha fazla potansiyel müşteriye ulaşın

İçerik Ağı'ndan hedeflenen reklamlar sayesinde daha fazla müşteriye erişin.



Google AdWords, binlerce iş ortağı sitesinde ürünlerinizin ve hizmetlerinizin reklamını yapmanıza olanak sağlar.

### Google İçerik Ağı Nedir?

Google İçerik Ağı, dünyada ve Türkiye'deki binlerce siteden oluşan çevrimiçi reklam ağıdır. AdWords ile işinizin reklamını yaptığınızda, İçerik Ağında reklam yapma ve böylece milyonlarca müşteriye, uygun ve hedeflenmiş bir şekilde erişebilme olanağını elde edersiniz.

### Metin reklamlar ile büyük ölçekte ilgili hedefleme elde edin

Bir kullanıcı bir web sitesini ziyaret ettiğinde, sayfadaki içeriği okuyup, incelemek için zaman harcar. Bunu yaparlarken, Google sofistike bir teknoloji kullanarak, bir reklam verenin satmakta olduğu ürün ve hizmetlerine ait reklamı sayfada bulunan içeriğe uygun doğrulukla eşleştirir. Örneğin Google, mükemmel kahve pişirme ile ilgili bir makalenin yanına kahve aksesuarları ile ilgili bir metin reklam yerleştirebilir.

### Reklamınızın değer kazanması için araçlar

İçerik Ağı'nda reklam maliyetlerinizi daha detaylı kontrol etmek için AdWords araçlarını kullanabilirsiniz. Tercih edilen teklif seçeneği ile tıklama başına ödemek istediğiniz miktar için ortalama bir TBM değeri seçebilirsiniz; AdWords teklifi otomatik olarak bu değere uyacak şekilde düzenleyecektir. Ek olarak, reklamınızın değerini artırmak amacıyla, sadece İçerik Ağında görüntülenecek reklamlar için ayrı teklifler belirleyebilirsiniz.

### 'Akıllı fiyatlandırma' sayesinde tıklamalarınızın değerini alın

Bütün siteler tüm reklamverenlere aynı değeri sunamaz. Bu nedenle, İçerik Ağı'nda veriyi analiz eden ve satışa dönüşme olasılığı düşük olan bir tıklama için ödeyeceğiniz fiyatı indiren 'akıllı fiyatlandırmayı' oluşturduk. Sizin tarafınızda yapılması gereken bir şey yoktur – akıllı fiyatlandırma otomatiktir. Örneğin, dijital fotoğraf makinesi ile ilgili bir reklama, fotoğrafçılık ipuçları verilen bir siteden yapılan tıklama değeri, aynı reklama dijital fotoğraf makinelerini inceleyip değerlendiren bir siteden yapılan bir tıklamaya göre daha azdır.

### Raporlama

Google AdWords, İçerik Ağı'nda verdiğiniz reklamların değerini anlamanıza olanak sağlayacak birçok rapor sunmaktadır. Reklamınızın, ağıdaki hangi sitelerde görüntülendiğini detaylı olarak gösteren Yerleşim Performans Raporu örnek olarak verilebilir. Siteniz için Dönüşüm İzleme özelliğini etkinleştirdiğinizde, satış ve üyelik gibi ölçmek istediğiniz diğer geri dönüş değerleri açısından, İçerik Ağı'nın size nasıl faydası olduğunu görebilirsiniz.

# Google Reklam Biçimleri

Hedefli reklamcılık için Google İçerik Ağı'nda kullanabileceğiniz çözümler

## Metin reklamlardan multimedya biçimlerine geçiş



Her şey metin reklamlarla başladı. Google'ın ilk reklam biçimi, bir web sitesine bağlantı bulunan üç satırdan oluşuyordu. Bugün ise bütünüyle bir reklam ailesine dönüştü. Google sizlere, müşterilerinize daha verimli şekilde ulaşabileceğiniz en güncel teknolojilere dayalı, en yeni reklam olanaklarını sunuyor. Google reklam biçimleri portföyünde multimedya biçimler de bulunmaktadır. Google arama ve içerik reklam ağı gibi Google web siteleri ve ürünleri sayesinde artık müşterilerinize birçok farklı yoldan erişebilirsiniz. Ve kesinlikle, bütçenize ve gereksinimlerinize uygun, esnek bir reklam aracıdır.

## Google Reklam Biçimleri:

### Metin reklamlar

Klasik metin reklamlarda bir başlık (reklam başlığı), iki satır metin ve görünen bir URL bulunur. Reklamlar, anahtar kelimeler (kelimeler veya kelime grupları) kullanılarak yayınlanır ve bir kullanıcı uygun anahtar kelimeyi aradığında görüntülenir. Reklamcı olarak sizin için avantajı: Reklamınız sadece ürününüzle ilgilenen ve kayıt olan kullanıcılara görüntülenir.



468 x 60



### Görsel reklamlar

Görsel reklamlar sayfa üstü afiş ve video reklamlar olarak sekiz farklı boyutta sunulur. Görsel reklamların çarpıcı etkisi, en uygun reklamların gösterimini garantileyen kanıtlanmış AdWords teknolojisi ile birleştirilmiştir. Görsel reklamlar Google içerik ağındaki seçkin sitelerde görüntülenir.



### Video reklamlar

Google video reklamları hareketli resimlerden oluşan reklamlardır ve kullanıcı tıkladığında başlar. Dört farklı biçimde özelleştirilebilen başlangıç görüntüsü bulunur. Video reklamları da görsel reklamlar gibi içerik ağında görüntülenir. Video reklamlarınız Google sitesinde bulunur, veriyi sadece bir kez yüklemek yeterlidir.



### Gadget reklamlar

Google Gadget reklamları işlevleri bulunan ve kullanıcı ile etkileşimli olan grafik reklamlardır. Gadget reklamların, kullanıcılarla etkileşime olanak sağlayan zengin-medya reklamı olarak etkisi nedeniyle avantajı vardır. Gadget reklamlar, içerik ağında bütün genel kullanım boyutlarında görüntülenebilir.

## İlginizi çekt mi?

Satış ekibimize iletişim için:  
adwords-tr@google.com

Çevrimiçi Yardım Merkezi:  
http://adwords.google.com.tr/support