

Google ve Reklamcılık



Ana sayfamızdaki beyaz kutucuğa birkaç kelime yazarak, neredeyse her konuda bilgi edinmek artık mümkün.

Giriş

Çoğu kişi Google'ı, dünyanın en popüler arama motorunu sunmasıyla tanıyor. Ana sayfamızdaki beyaz kutucuğa birkaç kelime yazarak, neredeyse her konuda bilgiye ulaşmak artık mümkün. Kullanıcılar, birkaç dakika içerisinde fiyat, ürün ve politikaları karşılaştırabiliyor.

Google hakkında daha az bilinen bir gerçek ise, arama motorunun yanı sıra oldukça başarılı bir reklamcılık platformuna da sahip olmasıdır. Gelirimizin neredeyse tamamı (yüzde 99'u), kendi sitelerimizde veya ortak ağlarımızdaki sitelerde gösterilen web tabanlı reklamlardan sağlanıyor. 2007 yılının üçüncü çeyreğinde Google, dünya çapında 4,2 milyar dolarlık bir gelir sağladı. Bu gelirin kaynakları ise şu şekildeydi:

- 2,7 milyar dolarlık bölümü (yüzde 65'i), kendi sitelerimizde gösterilen reklamlardan,
- geriye kalan 1,4 milyar dolarlık bölümü (yüzde 34'i) ise ortaklarımızın ağında gösterilen reklamlardan elde edildi.

Çevrimiçi reklamcılık

Reklamcılık, Google'ın piyasada kalmasını sağlamanın yanı sıra, günümüzde çevrimiçi kullanılan çoğu ücretsiz web içeriğini ve hizmeti finanse ederek dijital ekonominin can damarını oluşturuyor. Çevrimiçi reklamcılığın birçok türü bulunuyor; ancak en fazla kullanılan iki türü, metin tabanlı arama reklamları ve görüntülü reklamlar.

- Metin tabanlı arama reklamları: Bunlar, kullanıcıların arama sorgularına hedeflenmiş reklamlardır. Örneğin bir kullanıcı bilgisayarına "ucuz uçuşlar" yazdığı anda, seyahat veya hava yolu şirketlerinin reklamları görüntülenir.
- Görüntülü reklamlar: Bunlar, web sitelerinde görünen resim veya şerit reklamlardır. Reklamverenler, reklamlarını, potansiyel müşterilerinin ziyaret etme olasılığının en yüksek olduğu web sitelerine yerleştirir.

Google ile reklam verme

Reklamverenler, doğrudan Google'ın sitelerine reklam vermek için AdWords™ reklamcılık platformunu kullanabilir ve bunun yanı sıra, reklamlarının Google'ın AdSense™ hizmetini kullanan ortak web sitelerimizde görünmesini de tercih edebilir.

Google'ın 'sponsorlu bağlantılarının' sıralaması, şuna göre belirlenir: reklam için ödenen fiyatı ve reklamın kendi kalitesini içeren bir kombinasyon...

AdWords

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

The screenshot shows a Google search for 'gourmet food hampers'. The search bar is at the top, and the results are displayed below. The search query is 'gourmet food hampers' and the results show several sponsored links and organic search results. The sponsored links include 'Greens Christmas Hampers', 'Christmas Food Hampers', and 'Gourmet food hampers'. The organic search results include 'Gourmet Foods', 'Food hampers and gift baskets for all occasions', 'Scottish Gourmet Food', 'Christmas Hampers, Gifts & Food Shop', and 'Gourmet Gifts Worldwide'.

Bu örnekte, birinin Google arama motoruna 'gurme yiyecek sepetleri' yazdığını varsayalım.

Doğal (organik) sonuçlarımız, kullanıcıların sorgusunun altında görünür (bunlar, mavi 'Arama sonuçları' kutusunda bulunur). Bu sonuçlar yalnızca bilgisayar algoritması tarafından belirlenir. Doğal (organik) sonuçların hemen üzerinde veya sağında görünen 'Sponsorlu bağlantılar' veya ücretli reklamlarla (bunlar, kırmızı 'Google AdWords' alanında bulunur) hiçbir ilişkileri yoktur.

Bu 'sponsorlu bağlantıları' oluşturmak için reklamverenlerin aşağıdakileri yapmaları gerekir:

1. İlk olarak şık bir başlıktan, sunulan ürünü veya hizmeti açıklayan iki satırlık bir metinden ve müşterileri 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 artırma yapılır.

Google'ın 'sponsorlu bağlantılarının' sıralaması, 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'ü kullanabilir.

Adwords'ün 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 biri 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 yalnızca büyük şirketlerin bütçeleri, TV, radyo veya gazetelere ulusal çapta reklam vermeye el veriyordu. Günümüzde ise herhangi bir küçük veya orta çaplı işletme, ulusal çapta kendini tanıtmak için AdWords'ü kullanabilir.

AdWords – Şirketlerin Başarıya Giden Yoldaki Yardımcısı

Google AdWords'ü 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'le 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 Adwords'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



AdSense, çevrimiçi yayıncıların web sitelerinde reklam alanı satarak kazanç sağlamalarına olanak tanır.

AdSense

AdSense, çevrimiçi yayıncıların web sitelerinde reklam alanı satarak kazanç sağlamalarına olanak tanır. Bunun nasıl yapıldığını aşağıdan öğrenebilirsiniz.

Google Arama Kutusu

Google Reklamları

Polonya kaynaklı bir web sitesi (enter.pl), sitenin sol üst köşesine bir Google arama kutusu eklemeyi tercih etti. Bir kullanıcı buraya bir sorgu girdiğinde, sorgunun yanında alakalı reklamlar gösteriyoruz ('Reklamy Google' başlığının altındaki kırmızı kutuda görüldüğü gibi). Kullanıcılar reklamları tıkladıklarında, otomatik olarak reklamveren web sitesine yönlendiriliyor. Her tıklama, AdSense ortağına (bu örnekte enter.pl) ve Google'a gelir sağlıyor. Bu Google reklamcılık yöntemine *Arama için AdSense* adı veriliyor.

Şimdi de İspanya, Portekiz ve Andora'daki otel, konuk evi, hostel, kamp alanı ve dairelerden oluşan bir konaklama dizini olan infohostal.com örneğine bakalım. Web sitesindeki metin reklamlar ('Anuncios Google' başlığının altında, sol tarafta), Google tarafından yerleştirildi ve sitenin içeriğiyle alakalı oldukları için seçildi. Bu Google reklamcılık yöntemine *İçerik için AdSense* adı veriliyor.

Google Reklamları



2007 yılının ilk üç çeyreğinde Google, dünya çapında AdSense ortakları web siteleri için 4,15 milyar dolarlık bir gelir sağladı.

AdSense ortakları, görünmesi gereken reklamların boyutunu ve sayısını basit bir bilgisayar koduyla Google'a bildiriyorlar. Ayrıca, reklamların biçimini (örneğin metin, resim veya video) ve hatta kimlerin reklam verebileceğini de belirleyebiliyorlar.

AdSense ağının parçası olmanın sayısız avantajı arasında en önemlisi, ek kazanç sağlayabilmektir:

- Bu reklamlardan kazanılan gelirin büyük bölümü AdSense ortağına aittir ve
- 2007 yılının ilk üç çeyreğinde Google, dünya çapında AdSense ortakları web siteleri için 4,15 milyar dolarlık bir gelir sağlamıştır.

AdSense – Web sitelerine kazanç sağlamasına yardımcı olan hizmet

Google, sitemizin içeriğini anlıyor ve doğru reklamı doğru zamanda gösterme konusunda inanılmaz derecede başarılı oluyor.

Mark Henderson, Kurucu, Backpackers.com

AdSense şu anda başmakale sayfalarımızın neredeyse tümüne entegre edilmiş durumda. Hem reklamverenlere hem de tüketicilere fayda sağladıkları için içerik hedefli reklamları tercih ediyoruz. Yüksek tıklama oranları da reklamların ne kadar alakalı olduğunu kanıtlıyor.

Ernst Demmel, Ürün Müdürü, Nachrichten.at

Bir şirket işletiyorum ve gelirim büyük bir bölümü AdSense programından geliyor. Harçlık düzeyinde başlayan bu girişim şimdi şirketimin yürütülmesini sağlıyor. Bu gelir sayesinde, Ekim 2005'ten bu yana bir ekip üyesini daha bünyemizde barındırıyoruz. Tüm bunlara imkan veren Google AdSense Ekibi'ne teşekkür etmek istiyorum. Ne yapmak istediğime karar verebiliyor ve yalnızca beni ilgilendirenleri yapıyorum. Bu harika bir duygu!

Jürgen Kummer, İşletme Sahibi, derhobbit-film.de

