



## Finansbank Google AdWords kullandı, kredi kartı başvurularını diğer internet mecralarından 6,5 kat az harcayarak topladı

“Google AdWords, daha uygun maliyetle ve daha etkin geri dönüş sağlıyor.”

Serkan Yazıcıoğlu  
CardFinans Ürün Yönetimi  
Birim Yöneticisi



Soldan sağa: Serkan Yazıcıoğlu, Utku Göksoy

### KİM?

- Finansbank CardFinans
- [www.gucsizde.com](http://www.gucsizde.com)

### NEYE İHTİYAÇ DUYDU?

- Yeni müşteri kazanmak
- Kart satışı yapmak üzere müşteri bilgisi (başvuru) toplamak

### NE KULLANDI?

- Google AdWords Metin ve Video Reklamı

### NE KAZANDI?

- **Yüksek geri dönüş oranı:** İnternet kanalıyla alınan başvuruların yüzde 24'ü Google AdWords kanalıyla gerçekleşti.
- **Düşük maliyet:** Diğer kampanyaların yarı maliyetine aynı miktarda geri dönüş sağlandı.

Finansbank'ın kredi kartı markası CardFinans; müşterilerin güvenli ve keyifli alışveriş deneyimleri yaşamaları için, özel taksit ve indirim avantajları, alışverişlerde para yerine geçen ParaPuan kazanmanın yanında, Harcama Uyarı Servisi, CardFinans Ücretsiz Otomatik Fatura Ödeme Talimatı, CardFinans'tan Anında Kredi, Ekstre Analizi, TaksitKolay ve İşsizlik Sigortası gibi sektörde farklılık yaratan ayrıcalıklı hizmetleri de beraberinde sunuyor.

Finansbank, 2008'de bir önceki yıla göre yüzde 44'lük bir artışla yıllık kredi kartı cirosunu 9.6 milyar TL'den 13.8 milyar TL'ye çıkarttı. 2008 boyunca, 1300'ü aşkın üye markayla yapılan birebir kampanyalar, önemli ölçüde müşteri aktivasyonu, marka bilinirliği ve medya görünürlüğü yarattı. CardFinans 2008 sonunda toplam kart sayısını 3.4 milyonun üzerine çıkartarak ilk 5 kart arasındaki konumunu korudu.

**“Google AdWords hem ürün ve kampanyamızın tanıtımı, marka bilinirliğinin artması hem de başvuru almamızda beklentimizin üstünde katkı sağladı.”**

**Serkan Yazıcıoğlu - CardFinans Ürün Yönetimi Birim Yöneticisi**

### İş Yaklaşımı

CardFinans dönemsel ve tanıtıma dayalı kampanyalarını müşteri beklentileri ve dönem özelliklerine göre yürütüyor. CardFinans'ın hayata geçirildiği zamandan bu yana en önemli çalışması olan 'marka içeriğinin farklılaştırılması' 2007 içinde gerçekleştirildi. 'Güç Sizde' konsepti ile hazırlanan relansman çalışmasında, CardFinans'ın yeni eklenen 10 özelliğiyle, müşterilerin tüm finansman ihtiyaçlarını karşılayabilecek tek bir kart olduğu mesajının verilmesi amaçlandı. Relansman döneminde mesajın algılanmasını ve sonuca ulaşmayı sağlayacak bütüncü bir kanal olarak internet mecrası gündeme geldi. Google AdWords reklamlarını ilk kez 'Güç Sizde' lansmanı sırasında kullanmaya başladıklarını belirten CardFinans Ürün Yönetimi Birim Yöneticisi Serkan Yazıcıoğlu, internet söz konusu olduğunda Google ile çalışmanın bir gereklilik olduğunu düşünüyor: “İnternet mutlaka yapacağınız çalışmalarda bulunmanız gereken bir platform. Google AdWords etkili olmasıyla birlikte diğer mecralara göre kıyaslandığında maliyet anlamında da avantajlı. Ölçümlemeye olanak sağlıyor, kampanyada mevcut akış içinde anında değişiklik yapmaya izin veriyor.

## Google AdWords Başarı Öyküsü



### Google AdWords

Google AdWords; dünyada binlerce işletme tarafından, uygun bir bütçe ile yeni müşteriler kazanmak için kullanılıyor. AdWords reklamları, hedeflenen kullanıcıların sunulan ürün ya da hizmetle ilgili arayabilecekleri kelimeleri kullanarak, Google'da yapılan aramanın sonuçlarında gösteriliyor. AdWords programı tıklama başına maliyet (cost-per-click) fiyatlandırması ile çalışıyor. Böylece reklamveren yalnızca reklamlarına tıklanırsa bir ödeme yapıyor. İhtiyaçları ölçüsünde harcama yaparak alabildiğine geniş bir dağıtım ağının sunduğu avantajlardan yararlanıyor.

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

Google internetteki amaçlarımıza ve müşterilere ulaşmak, bir ürünün tanıtımını yapmak üzere bize destek veren önemli bir proje ortağımız.”

CardFinans, Sarı Çizmeli Mehmet Ağa ‘Sözünüze Yüzde 0 Faizli Kredi’ tanıtımı için 23 Mayıs – 29 Haziran tarihleri arasında Sarı Çizme Google AdWords kampanyasını gerçekleştirdi. Kampanyada ağırlıklı olarak metin reklamları ile beraber ilk kez video reklamı da kullanıldı. Yazıcıoğlu, Google AdWords kampanyalarının işlerine iki temel konuda yardımcı olduğunu söylüyor: “Google AdWords ile ilk çıkış noktamız CardFinans’ın yeniden konumlandırılmasını yaptığımız ‘Güç Sizde’ lansmanıydı. Kampanyanın tanıtımı amacıyla AdWords arama ve içerik ağı reklamlarını kullandık. Dönemsel olarak çeşitli sektörler için düzenlediğimiz kampanyalarımızda da yararlandığımız Google AdWords kısa zaman içerisinde tüm kampanyalarımızın ayrılmaz bir parçası oldu. İkinci olarak, başvuru almamızda yani müşterinin iletişim bilgilerine ulaşmamızda yardımcı oldu. Kart satışında en önemli kanallarımızdan biri tele-satış kanalıdır. Bu kanalda müşterinin bilgilerine ulaştığımızda yüksek adetlerde kart satabiliyoruz. Müşteri bilgilerini toplamak için özellikle Google AdWords reklamlarını tercih ettik. Google AdWords hem ürün ve kampanyamızın tanıtımı, marka bilinirliğinin artması hem de başvuru almamızda beklentimizin üstünde katkı sağladı.”

**“Google AdWords bizim için önemli bir satış kanalı diyebiliriz.”**  
Utku Göksoy - CardFinans Ürün Yönetimi Yönetmeni

### Sonuçlar

Sarı Çizme kampanyasında, yönlendirilen tüm kanallarla beraber Güçsizde.com’da toplanan başvuruların yüzde 27’sini Google AdWords kanalıyla alınan başvurular oluşturdu. Yazıcıoğlu, “Sarı Çizme kampanyalarındaki ana hedefimiz, ‘Sözünüze Sıfır Faizli Kredi’nin güçlü değer önerisini kullanarak, kredi kartı başvurusu yaratmak ve yeni müşteri kazanmaktı. Google AdWords, Sarı Çizme kampanyasının daha etkin bir şekilde tanıtılmasını ve müşteri bilgisi toplama anlamında istediğimiz hedefin gerçekleşmesini sağladı. Kampanya sonunda tıklanma oranı beklentilerimizin üzerinde gerçekleşti. Google AdWords daha uygun maliyetle ve etkin bir şekilde geri dönüş almamızı sağladı” diyor. CardFinans Ürün Yönetimi Yönetmeni Utku Göksoy, internet reklamcılığında maliyet avantajının önemli olduğunu belirtiyor: “Belli mecralar gerçek ederinin çok üzerinde fiyatlandırma yapıyor. Kampanyalarda bizim için önemli olan websitesine alınan trafik ya da tıklama değil, sonuç yani başvuru bilgilerinin alınmasıdır. Bu anlamda maliyet ve aldığımız geri dönüşü karşılaştığımızda, Google AdWords için internette diğer kanallarda harcadığımızdan 6.5 kat daha azını harcayarak daha yüksek geri dönüşü olan bir kampanya gerçekleştirmiş olduk.

Google Finans Sektörü Direktörü Dilek Sayın Finansbank Google AdWords kampanyasının başarısında insanların kredi olanaklarını Google’dan araştırmasının etkili olduğunu belirtiyor: “Kredi kartı ve kredi konularındaki aramalar Google’da yapılan finansal aramalar içinde en yüksek paya sahip. Finansbank, Güç Sizde Google AdWords Kampanyası ile kredi kartı ile ilintili arama yapan kişilere erişti. Böylece online dünyadaki potansiyeli, oldukça düşük maliyetlerle satışa çevirmiş oldu. AdWords reklamlarını Google içerik ağındaki sitelerde video reklamlarıyla desteklemek başarıyı daha da arttırdı.”

İnternet reklamcılığının pazarlama kampanyalarında bütünleştirici bir faktör olduğunu söyleyen Göksoy, CardFinans için Google AdWords kanalını şu şekilde konumlandırıyor: “Finans sektörü interneti yeni keşfetti, beş-altı senelik bir geçmişi var. Bir kampanya yapıyorsunuz, tüketicilere bir mesaj vermek istiyorsunuz. Bunu tek bir kanaldan verirsiniz o mesaj alınamıyor. TV, gazete reklamı ancak çoklu kanal kullanımı ile sonuca dönüştürülebilir. Bu kanallardan biri de etkin sonuçlar veren Google AdWords. Bizim için müşteri bilgisi bulmak zor ve maliyetli dolayısıyla çok değerli. Google ile herkesin kullandığı bir evrende talebi yaratma noktasında müşteri bilgisi topluyorsunuz. Bu bilgiler kart, kredi ve benzeri diğer ürünlerin satışı olarak size geri dönüyor. Özetle Google AdWords bizim için önemli bir satış kanalı diyebiliriz.”

