



GTS Travel, Google AdWords ile rezervasyon sayısını yüzde 130'un üzerinde artırdı

“Google AdWords ile satış hacmimiz ve ziyaretçi sayısında çok ciddi artışlar elde ettik.”

Metin Altun
GTS Travel Kurucu Ortağı



KİM?

- GTS Travel
- İnternet ortamında seyahat hizmeti

NEYE İHTİYAÇ DUYDU?

- Doğru kullanıcıya ulaşmak
- Satışları arttırmak
- Marka bilinirliğini arttırmak

NE KULLANDI?

- Google AdWords reklamları
- Conversion Optimizer
- Google Analytics
- Insights for Search

NE KAZANDI?

- Rezervasyon sayısı yüzde 130'un üzerinde arttı.
- Müşteri talebine uygun doğru ürün ve hizmet tasarladı.

GTS Travel

GTS Travel Metin Altun tarafından 1995'te kuruldu. 2002'de Otel.com ile online turizme ilk adımını attı. IATA, ASTA ve TURSAB Birliği üyesi olan GTS Travel yarattığı başarılı markaları yurtiçi pazarı için Otatil.com ile yurtdışı pazarı için Gthotels.com ve Otel.com aracılığıyla otelden, uçağa, paket turlara ve vizeye kadar her türlü seyahat hizmetini internet ortamında sunuyor. GTS Travel, yılda 300 milyon Euro'luk cirosu ile dünyada online seyahat hizmetleri veren firmalar arasında ilk 20'de yer alıyor. İstanbul Merkez Ofisi, Türkiye'de 30'u aşkın yetkili satış acentesi, Malezya-Kuala Lumpur'daki Asya Ofisi ve New York'taki Amerika ofisindeki 150 kişilik ekibi ile dünya çapında faaliyet gösteriyor.

İş yaklaşımı

GTS Travel, internetin henüz günümüzdeki kadar yaygın olmadığı dönemlerde geleceği görerek, online seyahat pazarına yatırım yaptı ve bu sektöre erken giren bir firma olarak dünya ölçüsünde başarı elde etti. GTS Travel kurucusu Metin Altun pazarda doğru ürünü, en iyi fiyatla ve güvenilir ortamda sunarak ihtiyaca yanıt verdiklerini söylüyor: “Rekabetin her geçen gün artması doğru zamanda doğru kullanıcıya ulaşmanın ne kadar önemli olduğunu gösteriyor. Doğru pazarlamayla birlikte müşterilerimizin ihtiyaçlarını anlayıp onlara 7 gün 24 saat hizmet sunabilmek en büyük başarı kriterimiz.”

GTS Travel, Google AdWords ile 2005'te tanıştı. Firma 2005'e kadar tanıtım kanalı olarak TV prodüksiyonları, program sponsorlukları, gazete ilanları ve fuarları kullanmıştı. Altun, bu tanıtım kanallarının maliyetlerinin çok yüksek olmasına karşın yapılan harcamaların karşılığının alınamadığını, hedef kitleye ulaşımın tespit edilmesi ve ölçümlemesinin de çok zor olduğunu belirtiyor. Altun, “Tüketicilerin internet ile online hizmet alma alışkanlıkları edindiği gibi, seçiciliklerinin de internet reklamlarına yönelik olduğunu gördük. AdWords kullanmaya karar vermemizdeki en büyük etken Google'ın internet kullanıcıları için vazgeçilmez bir kanal olması oldu. GTS Travel olarak da internet kullanıcılarına online bir hizmet sunuyoruz. Google AdWords ile satışlarımızı ve marka bilinirliğimizi arttırmayı hedefledik. Google AdWords her üç web sitemizde de tüm pazarlama ve satış aktivitelerimiz için bütünsel bir çözüm sundu. Sonuçlar beklentilerimizin çok daha ötesinde gerçekleşti” diyor.

“AdWords sayesinde hangi reklama ihtiyacınız olduğunu, verdiğiniz reklamların her birinin gün ve saat bazında geri dönüşüm oranını, yaptığınız yatırımın size ne kadarlık bir büyüme sağladığını görebilmeniz mümkün.”

Web siteleri için yürütülen Google AdWords kampanyalarında ağırlıklı olarak metin ve içerik ağı reklamları ve bir yıldır da resim reklamları kullanılıyor. Kampanyalar spesifik olarak ürünlere ve coğrafi bölgelere göre oluşturuluyor. Altun, AdWords ile sağladıkları

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/>



faidaları şöyle anlatıyor: “AdWords sayesinde hangi reklama ihtiyacınız olduğunu, verdiğiniz reklamların her birinin gün ve saat bazında geri dönüşüm oranını, yaptığınız yatırımı size ne kadarlık bir büyüme sağladığını görebilmeniz mümkün. Kullanıcıların en çok neyi aradıklarını, hizmetlerimiz arasında nelere ilgi gösterdiklerini görüyoruz. Böylece her kampanya bir sonraki kampanya için ciddi bir referans oluyor ve zaman içinde daha başarılı geri dönüşlere ulaşıyoruz. Edindiğimiz bilgiler gerçek kullanıcılarımızı daha iyi tanımak açısından büyük önem taşıyor.”

GTS Travel; ‘Google Analytics’, ‘Insights for Search’ gibi katma değerli diğer araçları da bilinçli bir şekilde kullanıyor. Google Analytics ve Insights for Search araçlarından kullanıcıların ne aradığı, ne zaman aradığı, en çok ne aradığı, eğilimleri gibi veriler elde ediliyor. Bu veriler doğrultusunda AdWords kampanyaları optimize ediliyor, saat ve gün temelli kampanyalar hazırlanıyor, yeni turlar, oteller gibi ürünler oluşturuluyor, web sitesi tasarımı daha kullanıcı dostu hale getiriliyor. Kampanya yatırım kararlarını alırken de bu verilerden yararlandığını belirten Altun, “Google tarafından sunulan araçlar yoluyla edindiğimiz bilgiler satış maliyet dengemizi kurmada ve yatırımlarımızı hangi ölçüde yapacağımıza karar vermemizde yardımcı oluyor. Tıklama başına maliyet (CPC-Cost Per Click) sistemi sayesinde maliyetlerimizi kontrol altında tutup, çok daha az para harcayarak çok daha iyi satışlar yapabileceğimizi gördük. Google AdWords her geçen gün artan reklam çeşitliliği ile de müşteriye tek kanal değil sanki 4-5 farklı kanal kullanıyormuş gibi ulaşabilmemizi sağlıyor. Satışlarımızı arttırmak için Google AdWords bize sürekli yeni çözümler sunuyor” diyor.

“Tıklama başına maliyet (CPC-Cost Per Click) sistemi sayesinde maliyetlerimizi kontrol altında tutup, çok daha az para harcayarak çok daha iyi satışlar yapabileceğimizi gördük.”

GTS Travel ileri seviyede bir AdWords kullanıcısı olarak Google tarafından geniş ürün gamı olan şirketler için geliştirilen, otomatik kampanya yönetimi sağlayan Conversion Optimizer (Dönüşüm Optimize Edici) aracını da etkin bir şekilde kullanıyor. Sitede yer alan ürün sayısının fazlalığı kampanya ve anahtar kelime sayısına da yansıyor ve yönetimini zorlaştırıyor. Bu aşamada Conversion Optimizer ile detaylı teklif yönetimi yapmak zorunda kalmadan otomatik olarak, en uygun maliyetle en fazla rezervasyon alınabiliyor.

Sonuçlar

Altun, GTS Travel’in hızlı büyümesinde Google AdWords reklam kampanyalarının büyük etkisi olduğunu söylüyor: “Sistemimize dahil olan otel, uçak, paket tur sayısı başlangıçta 2 binken bugün 55 binin üzerinde. Google AdWords ile satış hacmimiz ve ziyaretçi sayısında çok ciddi artışlar elde ettik. Örneğin yaptığımız ‘Şehir Kampanyaları’ sonucunda şehir sayfalarına gelen ziyaretçi sayısında bir yılda yüzde 150 artış oldu. 2005 yılından bu yana rezervasyon sayımızda totalde yüzde 300’lük bir artış gerçekleştirdik. Bunda Google’ın payı yüzde 130’dan fazladır. Artan rekabetle birlikte yıllık yüzde 30’luk büyümeler beklerken Google AdWords ile Türkiye’de ilk kez çalışan şirketlerden biri olarak ciddi farklar yarattık.”

Google AdWords, kullanıcılarına beklentilerinin ötesinde faydalar sağlıyor. Reklam kampanyalarının ölçümünden elde edilen veriler şirketin diğer pazarlama faaliyetlerinde de yön gösteriyor. Altun “Pazarın ihtiyacı doğrultusunda doğru ürün ve hizmetleri sunmak bizim için çok önemli. Google AdWords, ürün ve hizmet çeşitliliğini geliştirirken güvenebileceğimiz bir veri kaynağını da bize sunuyor. Google AdWords ile reklamcılık sonucu elde ettiğimiz deneyim, başarılı bir şekilde yola devam etmemizdeki en önemli etkidir.”

