

TV ve Dijitalin Dnyalarını Birleştiren Connected TV

TV ve dijitalin dnyalarının son dnemlerde birbirine yakınladığını gormekteyiz. TV ve dijitalin gúçlerinin birleştiği, TV'nin erişimi ve dikkat çekiciliği ile dijitalin hedefleme ve ölçüleme yeteneklerinin bir araya geldiği Connected TV dönemine adım atıyoruz. Dnyada reklamcılıkta önde gelen ABD, Connected TV yatırımlarını %32'nin üzerinde büyüterek yaklaşık 20 milyar dolar seviyesinde bir yatırımla, bizlere önümüzdeki süreçte hangi medyanın daha çok gelişeceğini gösteriyor.

Artık TV ekosisteminin sunduğu dijital fırsatlarla oluşturulan yeni Gelişmiş TV evrenine girdiğimizi söylemek mümkün. Streaming uygulamalarının ve akıllı cihazların hızla benimsenmesiyle birlikte Connected TV, videoyu dijital olarak büyük ekrana getiriyor böylece farklı medya, dağıtım ve iş modellerinin kaynaşmasını hızlandırıyor. Bugün, izleyicilerin en sevdikleri televizyon içeriğine ulaşmak için pahalı kablo veya uydu paketleri satın almaları gerekmiyor. Netflix, Amazon, NowTV ve Hulu gibi platformlar, TV içeriğini istediği yerde ve zamanda izlemek isteyen tüketiciler için esnek paketlere sahip. "Her yerde TV" yeni normal haline gelirken, hızlı bir dönüşümün gerçekteştiği görülüyor.

Ayrıca Youtube un paylaştığı verilerde Türkiye' de YouTube'un CTV'de tek başına 20 milyonluk tekil erişim sağladığı, ortalama kullanıcının yine CTV üzerinden YouTube'da her gün 45 dakika zaman geçirdiği görülmektedir.

Connected TV, TV reklamlarında yeni bir yaklaşımı mümkün kılar. Farklı hedeflemeler özelinde oluşturulmuş farklı kreatifler, reklamı izleyen hane halkının demografik özelliklerine bağlı olarak mesajımızı farklılaştırmamızı sağlar, örneğin 65 yaş üstü bir aile ile küçük çocuklu bir aile farklı bir seyahat reklamı izleyebilir. Connected TV, hedefleme esnekliği ile birlikte bu yaratıcılığın gerçekteşmesine olanak tanımaktadır.

Connected TV, Youtube ve yakında reklama açılacağı söylenen Netflix gibi platformlarda hedefli ve programatik olarak satın alımlar yapabilmemizi sağlar. Burada programatik satın alımdan kasıt, AI tabanlı platformlar aracılığıyla, kullanıcı hedefleyebildiğimiz TV reklamcılığı satın almak için kullanılan otomasyondur. Programatik platformun kullanımına olanak tanıyan Connected TV, kampanyalarımızın sonuçlarını video tamamlama oranları da dahil olmak üzere hem dijital hem de geleneksel metriklerle ölçülemeyi mümkün kılar.

Dijital reklam pazarının tecrübesiyle TV'nin erişim ve markalaşma gücünün birleşerek yeni bir fırsatın ortaya çıktını söyleyebiliriz. TV ekosisteminde markaların sahip olduğu birinci taraf verilerinin büyümesi, her iki tarafın da daha iyi kullanıcı deneyimi sağlamasını, hedefleme ve kampanya performansını artıracaktır. TV reklamcılığının farklı yönlerini içerik, veri (ölçüleme ve hedefleme) ve reklam sunumu arasında sorunsuz bir şekilde birleştirebilen teknoloji, kazancımızı arttırmaya yardımcı olacaktır.

Kaynakça:

- 1- <https://www.oracle.com/tr/cx/advertising/measurement/ctv-vs-ott/#:~:text=CTV%2C%20m%C3%BC%C5%9Fterinin%20TV%2Fvideo%20i%C3%A7eri%C4%9Fini,i%C3%A7eren%20ba%C5%9Fka%20bir%20cihaz%20olabilir.>
- 2- <https://www.medialyzer.com/tr/blog/ott-ve-ctv-nedir>
- 3- <https://advertising.amazon.com/tr-tr/library/guides/connected-tv-advertising>
- 4- <https://www.campaigntr.com/cesur-yeni-dunya-connected-tv/>
- 5- [https://iabtr.org/UploadFiles/PageFiles/IAB%20Avrupa%20Connected%20TV%20\(CTV\)%20K%C4%B1lavuzu_TR29122022153943.pdf](https://iabtr.org/UploadFiles/PageFiles/IAB%20Avrupa%20Connected%20TV%20(CTV)%20K%C4%B1lavuzu_TR29122022153943.pdf)

Emel Karakaş