

PENTİ «CARBON REDUCTION» KAMPANYASI, ADFORM & SCOPE3

→] AMAÇ

63%

Video kampanyası
Karbon salınımindaki düşüş

72%

Video kampanyası
Karbon salınımindaki düşüş
vs Türkiye Ortalaması

x4.8

Display A/B Testinde
Karbon salınımindaki düşüş

PENTİ OLARAK, BU YENİLİKÇİ
ADIMIMIZLA DİJİTAL PAZARLAMADAKİ
ÇEVRESEL ETKİMİZİ ÖNEMLİ ÖLÇÜDE
AZALTTIK VE SÜRDÜRÜLEBİLİR BİR
GELECEK İÇİN STANDARTLARI YENİDEN
TANIMLADIK.

GİZEM BURCU BAĞCI

MARKETING AND CORPORATE
COMMUNICATIONS DIRECTOR

Son çalışmalar, Türkiye'de 2023'ün ilk yarısında Display ve Video reklamlarının, 148.000 Türk hane halkının yıllık elektrik tüketimine eşdeğer olan 2,4m metrik ton emisyonundan sorumlu olduğunu açıklamıştır.

Teknoloji sağlayıcıları, markalar ve yayıncılar, reklam tedarik zincirinin enerji verimliliğini sağlayarak bu sorunu ele almak için işbirliği yapmaktadır.

☐ ÇÖZÜM

GroupM Nexus Media Solutions ve mSix&Partners olarak, Penti için çevre dostu dijital reklam çözümleri yaratma konusunda çözümler aramaya başladık ve Adform'un «Carbon Reduction» çözümüne yöneldik.

Bu karbon azaltma özelliği, Scope3 tarafından desteklenerek programatik satın alma kampanyalarında karbon ayak izini ciddi bir şekilde azaltma olanağı sağladı. Bu özellik, medya sahiplerini ve tedarik zincirlerini otomatik olarak karbon ayak izlerine göre puanlar ve ardından kampanyadan en yüksek puan alan alanlarını elimine eder.

🎯 SONUÇLAR

Scope3 ile aktive edilen display kampanyasında, Scope3 aktive edilen line item ortalama olarak 162 gCO2PM başarırken, Scope3 aktive edilmeyen line item ise ortalama olarak 935 gCO2PM başardı, bu da Display A/B test aktivasyonunda x4.8 karbon azaltma anlamına gelir. Türkiye ortalaması ile karşılaştırıldığında, «Scope3 ON» stratejisi ile yapılan display kampanyası %72 daha iyi bir performans elde etti.

Display kampanyasındaki iki test grubu arasında sağladığımız faydalar, yaklaşık olarak 25 ampülün bir yıl boyunca yaydığı karbon emisyonlarına eşdeğerdir ve bu, %477 daha çevre dostu bir dijital ekran aktivasyonu anlamına gelir.

Video kampanyasında, tüm kampanya Scope3 ile aktive edildi ve ortalama olarak 210 gCO2PM elde edildi. Bu ortalama, Türkiye ortalamasına göre yaklaşık %63 daha iyi bir performans ifade eder.

Video kampanyasında elde edilen faydalar, Türkiye ortalamasına göre bir yıl boyunca 6 ampülün yaydığı karbon emisyonlarına eşdeğerdir.

