

Youtube Kampanyalarında Product Feed & Location Extension Etkisi

304%

CTR artışı

204%

Product Feed CTR artışı

537%

Location Extension CTR artışı

→] Amaç

Miele markamızın yıllık stratejileriyle eşzamanlı olarak, dijital yatırımlarının bir parçası olarak yer alan YouTube planlarının etkinleştirilmesini sağlamaktayız.

Yıl boyunca marka bilinirliği odaklı olan YouTube kampanyalarımızı planlarken ve bu yönde KPI'larımızı değerlendirirken, "Kasım İndirimi" kampanyamızda indirim döneminde YouTube'u biraz daha performans odaklı kullanmak istedik. Bu kampanyadaki hedefimiz, CTR odaklı olmayan YouTube kampanyalarından elde edilen tıklamalarla ziyaretçileri web sitemize yönlendirmektir.

Ayrıca, hedef kitlenizi sadece online alışverişe yönlendirmekle kalmayıp, fiziksel mağazalara da yönlendirerek "online'dan offline'a" trafiği artırmayı amaçlıyorduk.

☐ Çözüm

Bu amaçlar doğrultusunda, ilk olarak markamızın Merchant Center ve Google My Business hesaplarını DV360 üzerinden eşleştirdik.

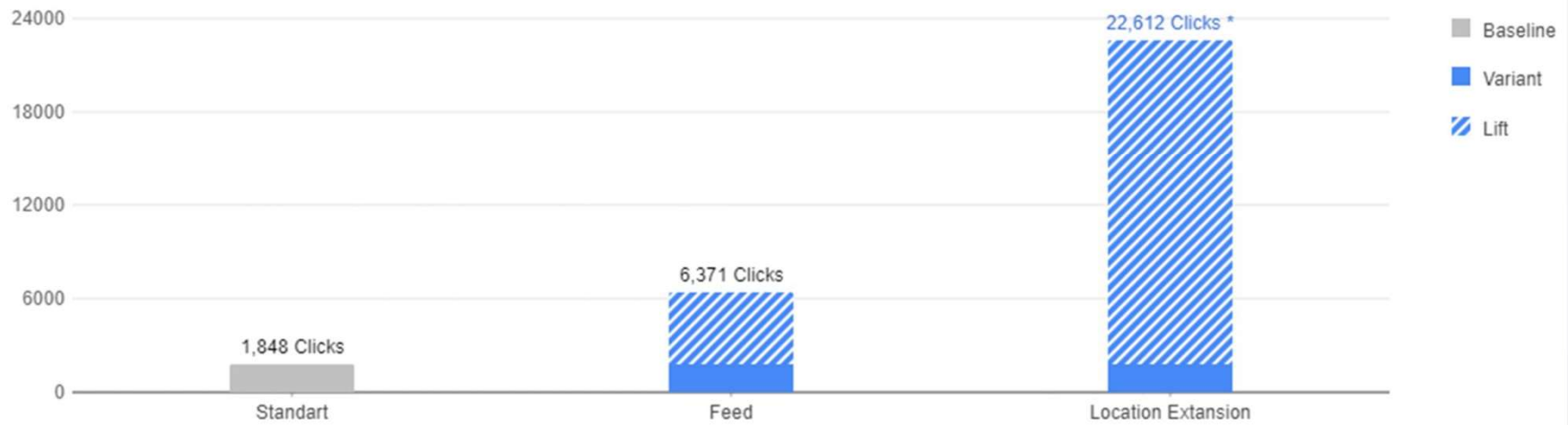
Ardından, kampanya kurulumunda online trafiği artırmak için kullanacağımız Product Feed özelliğini ve mağaza trafiğini artırmak için kullanacağımız Location Extension özelliğini ayrı ayrı etkinleştirdik.

Değerlendirme sonuçları elde etmek için kampanya kurulumumuzu A/B testine uygun hale getirdik.

◎ Sonuçlar

Kampanyanın sonunda, hedeflediğimiz gibi, standart kampanya kurulumlarına kıyasla, Product Feed kullanımında %204, Location Extension kullanımında ise %537 daha yüksek bir CTR elde ettik.

Yıl boyunca gerçekleştirdiğimiz Youtube kurulumları için ortalama CTR oranımız %0.2 iken, Product Feed ve Location Extension kullanımları sayesinde %304 artışla %0.62'lik bir CTR oranına ulaşmayı başardık.



Name	Participants	Audience split	Clicks	Click through rate	
				Difference (%)	Difference (%)
Standart (Baseline)	1 line item	33%	1,848 610		0.197%
Feed	1 line item	34%	6,371 2,166	244.638%	0.598% 204.099%
Location Extensi...	1 line item	33%	22,612 7,462	1,123.279%	1.253% 537.737%