

Kişiselleştirilmiş CTV Reklamları

Kişiselleştirilmiş reklamlar, kullanıcıların markayla bağlantı kurmalarını, güven oluşturulmasını ve marka sadakatini geliştirilmesini sağlar. Günümüzde, verilerin ve teknolojinin daha etkili kullanımıyla, odaklanmış müşteri segmentlerine özelleştirilmiş reklamların iletilmesi, dijital pazarlama stratejilerinin başarısı için önemli bir unsurdur. Son yıllarda yapılan bir çalışmada, tüketicilerin %66'sı bir markayla kişiselleştirilmiş bir deneyimin önemli olduğunu belirtmiş, ayrıca kullanıcıların %76'sı bir markayla kişiselleştirilmiş etkileşim kurmanın satın alma düşüncelerini artırdığını dile getirmiştir. Bu nedenle kişiselleştirilmiş reklamların önemi giderek artmaktadır.

Hedefleme seçenekleriyle geleneksel TV reklamcılığına alternatif olarak son yıllarda yükselen Bağlantılı TV (CTV) reklamları, sıklıkla tercih edilen bir kullanım şekli olarak karşımıza çıkmaktadır. CTV reklamları, kullanıcıların görüntüleme alışkanlıkları, ilgi alanları ve demografik özellikler gibi unsurların hedeflenebildiği, kişiselleştirilmiş reklam deneyimleri sunar. Bu sayede markaların daha ilgi çekici ve etkileyici içerikler oluşturmasına ve kullanıcıların markalarla daha derin bir bağ kurmasına olanak tanır. Ek olarak, CTV reklamları tıklanabilir banner alanları, QR kod eklentileri, oyunlaştırılan (gamification) alanlar ve potansiyel müşteri üretimi gibi unsurlarla kullanıcı etkileşimine imkan sağlar. Bu sayede kullanıcılara keyifli bir deneyim sunulurken aslında kullanıcıların marka ile kişiselleştirilmiş etkileşim kurmaları sağlanır.

Bu noktada markalarımızla gerçekleştirdiğimiz kişiselleştirilmiş CTV örneklerini inceleyecek olursak;

Odeabank ile gerçekleştirilen CTV yayınında; Odeabank'ın nakit ödül teklifini duyurmak için planlanan yayın öncesinde hedef kitlenin, kullanım alışkanlıklarına göre Geleneksel TV %8 iken; Smart TV'nin %29 olduğu gözlemlendi. Audience hedefleme, performans metriklerinin ölçülebilirliği ve CTV'nin birim maliyetinin uygunluğuda göz önüne alınarak CTV yayını planlara eklendi. Yayın süresince kullanılan alt bantta Odeabank'ın nakit ödül tekliflerinden bahsedildi. Tıklama sonrası açılan landing page ekranına eklenen QR kod ile kullanıcılar Odea App'ine yönlendirildi. Bu sayede awareness yayınından install ve lead'e dönen full funnel bir kurgu oluşturuldu. Yayın sonucunda yayın döneminde gelen leadler içerisinde CTV'den gelen leadler %2'lik bir paya sahip oldu. Ayrıca yayın sırasında etkisime geçen kullanıcıların datası tutularak programatik tarafta Remarketing datası olarak kullanılarak display ve video yayınlarında kullanıldı. Remarketing datası kullanılan yayınlar, normal yayınlara göre 11% CTR ve 8% VCR artışı raporlandı. Yayında kullanılan alt-bant ve lp kreatiflerini sırasıyla görebilirsiniz.

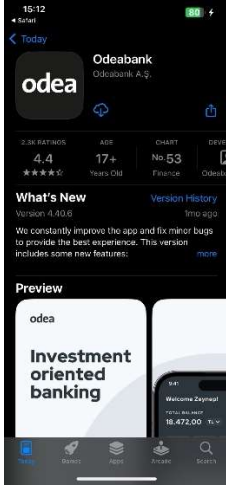
1.Alt Bant



2.Landing Page



3.QR



Chupa Chups ile Yaşın Kaç Olursa Olsun Eğlence Seninle Olsun yayınında şekerlerin mutlu anlarla özleştirilmesi değerlendirilerek reklamın mutlu sahnelerde çıkması için planlama yapıldı. Bunun için kanaldan bilgi alınarak time coded alt band kullanılarak programlardaki mutlu sahnelerde Chupa Chups reklamının gösterilmesi sağlandı. Yayın sonunda tüm detayları ile raporlandı. Aşağıda bebek haberinin verildiği mutlu bir sahnede çıkan alt bant örneğini görebilirsiniz.



Son olarak Fusetea ile gerçekleştirilen yayında İstanbul'a özel bir söylemle yayın yapılmak istenildi. İstanbul ve diğer iller için iki ayrı kreatif çalışıldı. Bu noktada Geleneksel TV reklamlarının aksine, CTV'in lokasyon hedefleme imkanından yararlanarak İstanbul'da gerçekleşen yayında İstanbul kreatifi gösterilken, diğer illerde genel söylemi içeren kreatif kullanıldı.



İlerleyen günlerde CTV reklamları müşteri segmentasyonu, kişiselleştirilmiş mesajların hedef kitleye iletilebildiği kullanımlar ve raporlanabilirliği sayesinde başarılı pazarlama stratejileri yaratmak isteyen markalar tarafında sıklıkla tercih edilen bir kullanım olacaktır.

Kaynaklar:

1. <https://services.google.com/fh/files/misc/google-essential-ctv-playbook.pdf>
2. <https://medium.com/@gamoshiseomarketing/the-power-of-personalization-customizing-ctv-advertising-campaigns-b4d9a408819b>
3. <https://www.mediapost.com/sponsor/content/3517/>
4. <https://mountain.com/blog/connected-tv-advertising/>
5. <https://mailchimp.com/resources/ctv-advertising/>
6. Odeabank CTV yayını: <https://www.youtube.com/watch?v=NrHDsMOn24o>
7. Chupa Chups CTV yayını: <https://www.youtube.com/watch?v=WhHbyNJl9d4>
8. Fusetea İstanbul dışı CTV yayını: <https://www.youtube.com/watch?v=ARkxiTzRBpY>
9. Fusetea İstanbul CTV yayını: <https://www.youtube.com/watch?v=GYbSVHwBx-4>

Buket Bulgan
&
Ceren Gültekin