

Carphone Warehouse, çok kanallı stratejisini geliştirmek için mobil pazarlamanın gücünden yararlanıyor



Özet

Hedefler

- Müşterilerin Carphone Warehouse önerilerini uygulamasını ve Carphone Warehouse'un uzmanlığına erişmesini sağlamak için onlara birden çok yol vermek
- Hizmetlerin ve ürünlerin verimli bir şekilde satılmasını kolaylaştırmak

Yaklaşım

- Carphone Warehouse web sitesi optimize bir mobil site olarak yeniden hazırlandı
- Siteye akıllı telefon trafiği çekmek için Google Mobil Reklamlar kullanıldı
- Carphone Warehouse anlayışına birden çok kanal aracılığıyla erişilmesini sağlamak için reklamlara ve siteye tıkla ve ara özelliği eklendi
- Carphone Warehouse mağaza bulma aracına anında erişim sağlamak üzere Mobil Reklam Site Bağlantıları'ndan yararlanıldı

Sonuçlar

- Lansmandan itibaren benzersiz Carphone Warehouse ziyaretçilerinin yaklaşık %10'u optimize edilmiş bu mobil site aracılığıyla geldi
- Mobil Reklam Site Bağlantıları'nın tıklama oranının, Reklam Bağlantılarının görünmediği sayfalara oranla %312 daha fazla olduğu tespit edildi
- Mobil etkinliğin tamamı, mobil olmayan arama kampanyasından %36 daha düşük tıklama başına maliyet sağladı

Şehrin sesi

Carphone Warehouse 1989 yılında İngiltere'de mobil telefon perakendecisi olarak kuruldu ve Avrupa'daki ilk şubelerini 1996 yılında açtı. 1998'den beri şirket, hem İngiltere'de hem de Batı Avrupa'da çok sayıda başka şirketi satın alarak organik bir büyüme sağladı. Şirketler grubu bugün, Avrupa'daki dokuz ülkede 2453 mağazayı kapsayan bir portföye sahip.

Mobil telefon iletişimini sağlamak ve kolaylaştırmak, kurulduğu günden beri şirketin esas amacı olmuştur. Mağazalarını ve e-ticaret sitesini içeren ağ aracılığıyla yaptığı güçlü perakende teklifleri sayesinde Carphone Warehouse, artık tam işlevli internet tarayıcılarına sahip cep telefonlarından yayınlanan yeni pazarlama fırsatlarından da yararlanabilecek durumdadır.

Çağrılara kulak vermek

Carphone Warehouse sahip olduğu deneyime, hizmetlere ve ürünlere mümkün olduğunca çok sayıda yoldan müşteri için erişim sağlamayı amaçlar. "Şirketin online pazarlama müdürü Gareth Jones "Sahip olduğunuz cep telefonu artık inanılmaz bir işlemciye sahip mini bir bilgisayar. Carphone Warehouse geliştirmekte olan mobil alanda zaten bir konuma sahip ve şirket olarak biz bu durumu verimli satışları tetiklerken bir yandan da çok kanallı yardım sağlamak üzere kullanıyoruz" diyor.

Müşterilerin şirketle olan bağlantısının sorunsuz olmasını sağlamak çok önemlidir. Gareth, "Mobil teknolojilerin her geçen gün daha karmaşık hale geldiği bir dünyada tarafsız tavsiye ve kullanışlı hizmet sağlama ilkesine bağlı kalıyoruz" diye açıklıyor. "Sektörün büyük bir kısmı yardıma ihtiyaç duyuyor ve Carphone Warehouse bu ihtiyacı tüm kanallardan karşılıyor." Bu nedenle Carphone Warehouse, ajansı Efficient Frontier ile birlikte kullanıcılarıyla arasındaki mobil iletişimin değerini artırmak için Google'ın sunduğu araçları kullandı.

Hareket halinde

Yaptıkları ilk şey, web sitelerinin hemen her şeyi içeren ve mobil için optimize edilmiş sürümünü hazırlamak ve bu sayede ziyaretçilerin telefonları ve ödeme şartlarını mobil cihazlarından inceleyebilmelerini sağlamak oldu. Gareth "Eskiden mobil cihazınızdan 'carphone' arattığınızda '.com' ile biten siteye yönlendiriliyordunuz. Bu şekilde de satış yapıyorduk ancak kullanıcının ürün satın alabilmek için sayfayı yakınlaştırması, uzaklaştırma yapması, kaydırması vs gerekiyordu." diyor.

Şirket, tüketicilerin yalnızca bilgi içeren mevcut siteden ürün satın almasını sağlamak için kullanıcıların bağlanmak ve alışveriş yapmak için kullanabileceği bir yöntem bulma ihtiyacı hissetti. Sitenin web sürümünde her sayfada bulunan tıkla ve satın al işlevinin yerine mobil sürümde tıkla ve ara işlevi bulunuyor. Bu şekilde bir kullanıcı doğrudan çağrı merkezine ulaşabiliyor, müşteri temsilcisiyle görüşüyor ve daha ayrıntılı bilgi aldıktan sonra işlemi tamamlıyor.

Site oluşturulduktan sonraki adım, mobil cihazları hedef alan bir AdWords kampanyası hazırlamak oldu. Efficient Frontier, bilgisayardan yapılan aramalarda kullanılanlar kadar karmaşık olmayan, daha kısa ifadeler ve farklı eşleme türleri içeren bir anahtar kelime kümesi seçti. Sonuçları her gün analiz ettiler ve yazım yanlışlarını ve telefon klavyesiyle yazmanın sınırlamalarını dikkate alarak daha yüksek bir geniş eşleme oranı olduğunu tespit ettiler.

Mobil Cihazlar için Google Sitelinks kullanıma sunulduktan hemen sonra da bunu kendi işlerinde kullanmaya başladılar. Bu özellik, bir AdWords sonucunun sitenin alt içeriğine ilişkin bağlantıları da içermesini sağlar. Kullanıcıları izlenebilir bir çağrı merkezi numarasına yönlendirmek üzere Google'ın Tıkla ve Ara özelliğini uygulama kararı alındı. Ayrıca AdWords sonuçları Carphone Warehouse sitesindeki mağaza bulma sayfasıyla da bağlantılandırıldı. Gareth, "Bu net bir çoklu kanal dinamiği sağladı" diyor. "Yolda giderken telefon alma fikri aklınıza geliyor, Carphone Warehouse'un nerede olduğunu bilmeniz gerekiyor ve bunu öğrenmek için mobil arama işlevini kullanıyorsunuz."

"Tüketiciler sorunsuz bir şekilde çevrimiçi ve perakende arasında geçiş yapmayı istiyor ve mobil seçeneği de giderek bunu kolaylaştırmaya ilişkin en önemli yöntem haline geliyor. Mobil, gelecekteki başarımız için büyük önem taşıyor."

**—Gareth Jones, Online Pazarlama Müdürü,
Carphone Warehouse**



Doğrudan bir bağlantı

Mağaza bulma sayfasına ve tıklama başına ödeme reklamlarındaki tıkla ve ara numarasına doğrudan bağlantı ile Carphone Warehouse, müşterilerinin daha tıklayıp siteye gitmeden önce satış temsilcilerine ulaşabilmesi için mağaza veya çağrı merkezi olmak üzere iki yol sağlıyor. Tıkla ve ara numarasının sitedeki numaralardan ayrı olarak reklam üzerinden izlenmesiyle şirket daha değerli bilgiler elde etti. "İşin ilginç yanı, arama reklamlarından aldığımız telefonlarla site üzerinden arayan kişi sayısının birbirine yakın olduğunu görüyoruz." Her ikisi için de ortalama çağrı sürelerinin uzun olmasına bakarak müşterilerin bu kolaylığı Carphone Warehouse'un beklediği gibi yardım almak ve alışveriş yapmak için kullandığını söyleyebiliriz. Gareth, "Tıkla ve ara, bizim için son derece verimli hale getirilebilen çağrıları yönlendirdiğinden ödemeli pazarlama etkinliğimizin çok önemli bir ögesi," diyor.

Ayrıca mobil ticaret çabalarının büyük bir kısmını uygulamalar yerine mobil siteye odaklamaya kararından da çok memnun. "Uygulamalar da sağlıyoruz ancak ticari faaliyetleri mobil site üzerinden gerçekleştirmek de belirli avantajlar sağlıyor. Bu işlevin yığınla farklı uygulama mağazası ve milyonlarca uygulama içinden sıyrılmaya çabalamak yerine Google aracılığıyla gerçekleştirilmesi çok daha kolay." Alışveriş merkezine giden bir müşterinin merak uyandıran bir teklif görmesiyle ilgili örneği vererek bir mobil sitenin hemen satın alma amacını da iyi şekilde gerçekleştirdiğini belirtiyor. "Google'da 'carphone' aratabilir, milisaniyeler içinde mağazaya ulaşabilir, ürünü araştırabilir ve satın alabilirsiniz. Diğer taraftan uygulamayı yüklememiş olsaydınız muhtemelen bunu gerçekleştiremeyecektiniz."

Bu etkinliğin sağladığı başka bir avantaj da tam potansiyeline ulaşmadan önce mobil internet pazarlamacılığına ilişkin en iyi uygulamaları geliştirilebilir olmasıdır. Gareth, masaüstü ve mobil iletişimleri karşılaştırarak "Davranış farklılıklarına ilişkin verileri toplamaya başladık" diyor. "Kullanımı erken benimsemiş olmak çok fazla avantaj sağlıyor. Rakiplerimiz bize yetişmeye çalışıyor ancak biz düşünce yapısı olarak onlardan bir adım öndeyiz. Açık artırma açısından bakıldığında, masaüstü alanda olan rekabet henüz olmadığından bu yöntem nispeten daha ucuz." Dikkatlerini çok kanallı strateji üzerinde yoğunlaştıran şirketin sonraki hedefi, gelişmiş yer tabanlı hizmetler ve mobil sitesine heyecan verici iyileştirmeler eklemek olacak. Bu sırada çarpıcı istatistikler toplamaya devam ediyorlar. Mobil kampanyanın lansmanından bir ay sonraki Mobil Reklam Site Bağlantıları'na ilişkin tıklama oranının Google Sitelinks'in görünmediği sayfalara oranla %312 daha fazla olduğu tespit edildi. Mobil etkinliğin tamamı masaüstü arama kampanyasından %36 daha düşük tıklama başına maliyet sağladı.

