

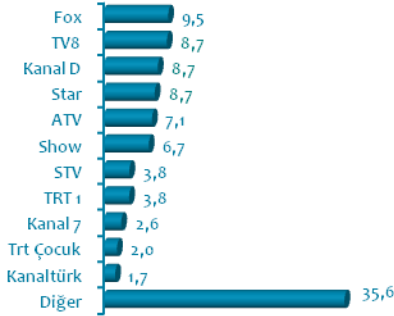


# HAFTALIK VOLTAJ

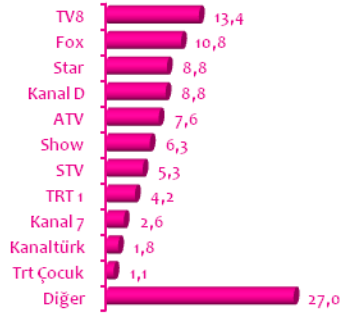
27 Nisan – 03 Mayıs 2015

## TV İzlenme Payları (Hedef Kitle: Tüm Kişiler)

Tüm Gün - 02:00-25:59



Prime Time- 18:00-23:59



## TV İlk 10 Reklamveren (Hedef Kitle: Tüm Kişiler)

No	Reklamveren	GRP	30* GRP	SOV
1	Unilever	2.020	1.804	7%
2	Turkcell	947	1.323	5%
3	P&G	1.100	912	4%
4	Boyer	422	797	3%
5	Benckiser	1.003	758	3%
6	Vodafone	660	661	3%
7	Türk Telekom	306	617	2%
8	Coca Cola	905	554	2%
9	Ülker	1.104	535	2%
10	Ak Parti	435	521	2%
	Diğer	22.808	17.194	67%
	Toplam	31.710	25.673	100%

## TV İlk 10 Program (Hedef Kitle: Tüm Kişiler)

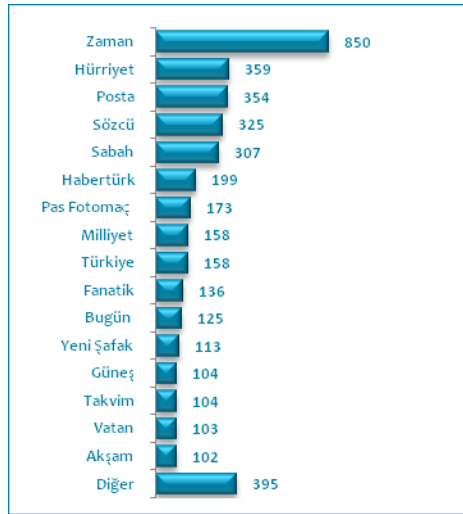
No	Kanal	Gün	Program	Rating	Share
1	Tv8	Pazar	Survivor All Star	10%	23%
2	Fox	Cuma	Karagül	9%	22%
3	Star	Pazartesi	Paramparça	9%	19%
4	Knl D	Perşembe	Kurtlar Vadisi Pusu	8%	16%
5	Atv	Perşembe	Galatasaray-M.Sivassapor	7%	15%
6	Atv	Pazartesi	Karadayı	7%	14%
7	Atv	Salı	Bursaspor-Fenerbahçe	7%	14%
8	Fox	Salı	Aşk Yeniden	7%	14%
9	Star	Salı	Kaderimin Yazıldığı Gün	6%	13%
10	Fox	Perşembe	Kocanın Ailesi	6%	13%

## ReklamaBak! En çok hatırlanıp aynı zamanda beğenilen reklamlar

30 Mart - 26 Nisan Dönemi	Hatırlanma	30* GRP (tüm kişiler)	* Beğeni Etkileşimli Reklam Anımsama Endeksi
1. TURKCELL-Her Gün Daha İyiye-Köylü Çocuklar	19,8	612	321
2. MOLFİX-Mutlu Bebekler, Mutlu Yarınlar	4,4	333	74
3. SİNPAŞ-Marina-Hülya Avsar	3,3	751	18
4. SÜTAŞ-Süt Aşkı-40. Yılı-Çiflikten Sofralara	3,2	497	42
5. CHP-Milletçe Aklıyoruz	3,1	945	45

\* Listeye giremeyen kampanyalar istatistiki olarak raporlanabilir bazın altında kaldığından dolayı tabloda yer almamıştır.  
\*\* Endeks 100'ün üzerinde ise reklam ortalamasının üzerinde performans göstermiş demektir.

## Gazete Net Satışlar ('000)



## Gazete İlk 10 Reklamveren (StxCm)

No	Reklamveren	StxCm	SOV
1	ETS	31.039	3%
2	Teknosa	27.104	3%
3	A101	19.521	2%
4	Bimeks	19.512	2%
5	Vatan Bilgisayar	17.132	2%
6	BLM	15.290	1%
7	Bnr Teknoloji	13.239	1%
8	Anı Tur	11.981	1%
9	Garanti Bankası	9.169	1%
10	Doğuş Otomotiv	9.154	1%
	Diğer	868.000	83%
	Toplam	1.041.139	100%

## Sinema İlk 5 Film (17-23 Nisan 2015)

No	Film	Haftalık İzleyici Sayısı	Toplam İzleyici Sayısı	Yayın Haftası
1	Hızlı ve Öfkeli 7	225.422	2.749.637	4
2	Kocan Kadar Konuş	111.381	1.801.238	6
3	Senden Bana Kalan	84.279	210.611	2
4	Öğrenci İşleri	45.843	45.843	1
5	Limonata	42.945	42.945	1

## Haberler

### Google Adwords'den sektörlere özel 6 yeni reklam modeli ve diğer yenilikler

Google'in duyurduğu yeni reklam modelleri Otomotiv, Tatil ve Finans sektörlerini kapsıyor. Bu 3 sektörün ortak özelliği ise mobil aramalardaki artış ve belirgin kullanıcı davranışları.

**Otomotiv resim bant (carousel) reklamları:** Kullanıcılar araba araması yaparken, arabanın özelliği kadar, tasarımı hakkında da bilgi almak istiyor. Google'da bu ihtiyacı görebek arama reklamlarında görsel sonuçlara da yer verecek. Kaydırabildiğimiz mini resim galeri olarak karşımıza çıkacak reklam modelinin tıklama oranlarını arttıracağını düşünüyorum. (Sonuçları ilk olarak mobil aramalarda görmeye başlayacağız.)

**Satıcı (distribütör) reklam modeli:** Araba satın almak isteyen kullanıcıların karşısına sadece link değil, fiyat, inceleme, lokasyon gibi detaylı bilgiler çıkartmak istiyor.

**Sigortacı değerlendirme:** Google aramalarda, Sigorta firmalarını karşılaştırmamıza olanak sağlayacak, inceleme bilgilerine yer verecek şekilde geliştiriyor. Sigorta arama performansını incelediğimiz, diğer sektörlerden farklı olarak kullanıcıların 3'ten fazla reklama tıkladığını ve karşılaştırmaya yaptığını görüyoruz. Adgooooo verilerini de kullanarak yaptığım bir araştırmada, sigorta sektörü özelinde ilk sırada çıkan reklamların dönüşüm oranları ile 5. sırada çıkan reklamların dönüşüm oranları arasında çok yüksek farklılıklar olmadığını raporladım. Bu da diğer sektörlerden farklı olarak Sigorta sektöründe ürünün ön plana çıktığının bir göstergesi. İlerleyen dönemlerde Sigorta sektörü özelinde ürün detayına dokunan farklı geliştirmeler de görülebilir.

**Mortgage ve kredi karşılaştırmaları:** Finans sektöründe rekabetin yüksek, dolaylı olarak tıklama maliyetlerinin yüksek olduğunu düşünürsek, reklam verenler için her bir etkileşim çok önemli. Finans sektöründe özel yeni reklam modelleri ile etkileşimi arttıracak, daha fazla karşılaştırma bilgisi içerecek reklamlar göreceğiz.

**Otel rezervasyon reklamları:** Otel sahipleri için rezervasyon edinme maliyeti önemli iken, kullanıcılar içinse otel rezervasyon bilgilerine hızlı erişmek çok önemli. Google bu iki ihtiyacı birleştirerek, arama sonuçlarında otel fiyat bilgisi, uygunluk durumu gibi bilgilere arama sonuçlarında yer verecek.

**Lokal firma aramaları:** Click to call olarak bir süredir reklamlarda kullanabildiğimiz, mobil aramaları doğrudan çağrı merkezine yönlendirebilme özelliğini organik sonuçlarda da görmeye başlayacağız.

