

Mobil Reklam Ağları ve Türk Reklam Ağı

Mustafa ÖZLÜ¹

Muhammed Emin AYAR²

¹e-posta: mustafaozlu@gmail.com

²e-posta: ayarmuhammedemin@gmail.com

1. Mobil Yazılım Dünyası

1.1. Mobil Platformlara Genel Bakış

9 Ocak 2007’de iPhone’un tanıtılması ile başlayan ve geçen 5 yılda bütün dünyada adeta bir salgın olarak yayılan mobil cihazlar, bugün hayatımızın vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. iPhone’un ortaya çıkışı ve yükselişi Google, Microsoft, Samsung, Nokia ve Blackberry gibi şirketleri harekete geçirmiştir.

Bugün mobil işletim sistemlerinden başlıcaları iOS, Android, Blackberry OS, Symbian, webOS ve Windows Phone olarak sıralanabilir. Bu işletim sistemlerinin içinde özellikle iOS ve Android özellikleriyle en çok karşılaştırılan mobil işletim sistemleridir. Android’de, iOS’da Unix işletim sistemi üzerine inşa edilmiş platformlardır. Bu yönüyle her iki işletim sisteminde güçlü bir altyapı üzerine kurulduğunu görebiliriz.

Mobil işletim sistemlerinin en önemli özelliklerden biri donanıma verdiği destektir. Bu konuda her ne kadar iOS’un sadece Apple üzerinde çalışacak olması gibi bir avantajı olsa da, yeni bir donanım Apple’da yok ise doğal olarak iOS’un bu desteği veremediğini görebiliriz.

1.2. Mobil Pazardaki Gelişmeler

Mobil pazardaki hızlı büyüme, sektörde büyük iş fırsatları yaratmaktadır. Son zamanlarda mobil platforma yönelik yazılım geliştiren, içerik hazırlayan girişimcilerin sayısının günden güne arttığını gözlemlemek mümkündür. Aynı şekilde ülkemizde mobil uygulamalar ve bu alanda çözüm geliştiren şirketlerin sayısının giderek artmakta olduğu verilerle ortaya konulmuştur. Sektörde teknik olarak eğitim ve iş geçmişine sahip olan ama daha ziyade dış dünyaya yönelik, sosyal bir pozisyonda başarılı olacak iş gücüne ihtiyaç giderek artmaktadır. Sektörde en çok iş fırsatları Bilişim Teknolojileri alanında; özellikle çözüm ve ürün geliştiren şirketlerde olmaktadır. Türkiye’de mobil sektörde var olan iş potansiyeli göz önüne alındığında tecrübeli iş gücünün sayı olarak yetersiz olduğundan söz edebiliriz. Sektörde tecrübeli ve profesyonellerin talep edilme oranı yüksek ve kazançları da diğer sektörlerle göre yüksek olmaktadır. İleri teknoloji ve gelişmelerle birlikte bu alanda kariyer yapmak gelecekte çok avantaj sağlayacaktır. Günümüzde olduğu gibi gelecek yıllarda bu sektörde deneyimli iş gücüne çok daha fazla talep olacak ve istihdam giderek artacaktır. Mobil dünyaya geçiş aşamasında bazı şirketlerin hızlı ; bazılarının ise yavaş olacağı tahmin edilmektedir. Mevcut verilerden yola çıkarak; bu aşamayı hızlı atlatan şirketlerin diğer şirketlere göre bir adım önde olacağı uzmanlar tarafından ortaya konulmaktadır.

1.3. Mobil Yazılım Sektöründeki Uygulama Alanları

Mobil Yazılım sektörünün uygulama alanları araştırılacak olursa; günümüzde birçok sektöre hitap ettiğini söylemek mümkündür. Özellikle reklam ağırları, gsm operatörleri, telekomünikasyon alanındaki şirketler, sigorta şirketleri, sahada hizmet veren şirketler, finans sektörü, mobil çözümlerin en çok var olduğu sektörler olarak göze çarpmaktadır. Finans Sektörü; WAP ile başlayan ve GPRS altyapısı ile çok gelişecek olan mobil ortamda elektronik ödeme ve elektronik faturalandırma dönemi bankalar için yeni iş fırsatları doğuracaktır. Mobil iletişim teknolojileri müşteri ilişkilerini yönetebilmek için en etkin araçtır. Başarılı mobil iletişim uygulamasına geçen bankalar ve finansal hizmet kurumları, müşteri ilişkileri yönetimini de mobil ortama taşıyarak; yeni müşteriler kazanma, mevcut müşterileri elde tutma, müşteri hakkında detaylı bilgilere ulaşma, müşterilere yeni servisler sağlama gibi faydalar getirmektedir.

2-Mobil Reklamcılık

2.1. Mobil Reklamcılık Nedir?

Mobil reklam; markaların müşterilerine, reklam ve promosyon için doğrudan pazarlama mesajlarını, farklı kurgular ve uygulamalar aracılığı ile akıllı cihazlara iletmesidir. Mobil reklamlar mobil video, sponsorlu çağrı, kupon sistemleri, banner, lokasyon bazlı reklam, mobile search ve mobil internet gibi farklı biçimlerde ortaya çıkmaktadır.

Mobil teknolojinin büyük bir ivme ile arttığı dönemde, eski web yazılımcıları ve yazılımlar da mobile kaydığı için artık yeni gelir kapısı mobil uygulamalar olmaktadır. Yazılım şirketlerinin özellikle ücretsiz olarak sunduğu yazılımlar için en büyük gelir kapısı reklamlardır. Akıllı telefonların piyasada hızla yaygınlaşması ve GSM operatörlerinin rekabet koşulları gereği uygun fiyatlara sunmaya başladığı 3G internet bağlantısı sayesinde artan mobil internet kullanımı işletmeler için yeni bir reklam ve pazarlama sahası haline gelmiştir. Günümüzde birçok firma yöneticisi satış ve gelirleri arttırmak için mobil reklamcılığı ve pazarlamayı nasıl kullanacağı konusunda kafa yormaktadır. Standart telefonların ömrünü tüketmesiyle birlikte, reklam verenler de akıllı telefonlara ve uygulama içi reklamlara geçiyor. Akıllı telefon pazarının hızla büyümesi, mobil reklamcılığın da bu yönde artış ilerlemesine neden olmaktadır.

Günümüzde reklam yatırımları, iletişimin teknolojik gelişimi karşısında hızla değişiyor ve gelişiyor. İnternetin hayatımıza girmesi ve her alanında aktif kullanılabilirliğinin sağlanması ile sektör de yön değiştiriyor. Şu anda dünyada 5 milyarı aşkın cep telefonu abonesi olduğunu ve artık internetin, kullandığımız cep telefonu, cep bilgisayarı gibi mobil araçlarla her zaman yanımızda olduğunu ve neredeyse her zaman açık olduğunu düşünürsek sektörün de kendini güncellemesi bir gereklilik olacaktır.

Mobil reklamda amaç; iletilmek istenen mesajın doğru zamanda doğru kişiye ulaşmasını sağlamaktır. Mobil operatörlerin müşteri veri tabanlarını reklamcılarla paylaşmasıyla bu çok yakında mümkün olabilecektir. Mobil iletişim aracı kullanıcılarının yaş, cinsiyet, yaşanan bölge gibi bilgilerinin arşivlenmesiyle örneğin, bir giyim firması, operatörün veri tabanından belirli yaş ve

cinsiyette ki hedef grubunu seçerek, alış veriş merkezlerinin birinde uygulanan indirim tanıtımını, hedef kitlesinde yer alan kişiye alışveriş merkezindeyken gönderilmesini sağlayarak, satın almaya yönlendirebilecektir. Uluslararası büyük markaların %90'ının mobil tasarımlara bütçe ayırdığı, özellikle büyük mobil operatörlerin alt yapı hazırlıklarını tamamladıkları ve uygulamaya geçtikleri bilinmektedir. Pek çok uzman, mobil reklamın, gelecekte en çok kullanılacak etkin mecralardan biri olacağı ve birçok marka için ayrılmaz bir pazarlama stratejisi halini alacağı konusunda uzlaşıyor.

2.2. Dünyada Mobil Reklamcılık

Araştırma şirketi Gartner'ın 2011 yılı verilerine göre en çok gündemde olacak 10 mobil uygulama konu listesinde Mobil reklamcılık da yer aldı. 2008 yılında 530,2 milyon \$ olan toplam mobil reklam harcamalarının içinde bulunduğumuz yıl itibari ile 7,5 milyar \$'a ulaşacağı öngörüler arasındadır. Bu durum mobil reklamcılığı da temel alan mobil uygulamalarının öneminin daha da artacağı gözler önüne sermektedir.

Mobil reklamcılık adına Amerika'da ciddi gelişmeler yaşanmaktadır. Google, Yahoo ve AOL gibi internet devleri de hedeflerini mobil medyaya odaklamış durumdadırlar. ABD Reklamcılar Derneğı ve Mobil Reklamcılık Derneğı'nin yaptığı ortak araştırmaya göre 2011'de markalar etkisinden emin olmadıkları halde mobil reklamlara ağırlık vermişlerdir. Neredeyse bütün büyük markalar bu yıl mobil reklama önceki senelere göre daha fazla bütçe ayırmışlardır. Fakat araştırmaya göre, bu markalar mobil reklamın satış üzerinde direk etkisinden de şüpheliler. Reklamcıların yüzde 88'i bu yıl mobil reklam konusunda aktif olacaklarını dile getiriyor. Bu rakam geçen yıla göre yüzde 66 artış gösteriyor. Reklamcıların dörtte üçü, mobil reklam harcamalarını geçen yıla kıyasla ortalama yüzde 59 oranında artırmayı planlıyor. ABD Reklamcılar Derneğı ve Mobil Reklamcılık Derneğı'nin yaptığı ortak araştırma sonuçları, mobil reklamın yeni bir alan olduğunu ve bu alanı daha uzun süredir kullananların daha başarılı sonuçlar aldıklarını gösteriyor.

InMobi reklam ağı, yayınladıkları yeni raporda yılın ikinci çeyreğinde reklam gösterimlerinin yüzde 78'inin akıllı telefonlar üzerinde gerçekleştiğini açıkladı. İlk çeyrekte aynı oranın yüzde 67 olmasından hareketle, 2011'in son çeyreğinde mobil reklamın yüzde 90 oranında akıllı telefonlara kaymasını beklediklerini belirten Global Araştırma ve Pazarlama Başkan Vekili James Lamberti, bunların yarısının uygulamaların içindeki reklamlardan oluştuğunu ekliyor. InMobi verilerine göre ABD'deki toplam mobil reklam gösteriminde yüzde 40 büyümeye gözlenirken, akıllı telefonlar için bu oran yüzde 65'e varıyor. Dünya genelinde ise akıllı telefonların etkisi ABD'ye göre daha zayıf; ilk çeyrekte yüzde 32'lik payı bulunan akıllı telefonlar, ikinci çeyreğı ile yüzde 38 ile kapatıyor.

Mobil sektör internete nazaran henüz büyümekte olan bir sektör olarak gözüksede, dünyadaki hızlı mobilleşme trendinin ve mobil uygulamaların yükselişinin göz ardı edilmemesi gerekir. Özellikle Twitter, Facebook gibi sitelerin trafiğinin önemli bir kısmının mobil cihazlardan geliyor olması, sektörün önemini göz önüne seriyor. Ayrıca Google'da yapılan mobil arama sayısının son 4 yılda 4 kat arttığını da belirtmek gerekiyor.

2.3. Türkiye'de Mobil Reklamcılık

Türkiye’de Mobil kullanımı maddeler halinde özetle listeleyecek olursak;

- 50 Milyon mobil abone
- 12 milyon mobil internet kullanıcısı
- Mobil internet kullanıcılarının nüfusa oranı: %21
- En çok yapılan aktivite internette gezmek
- 2. en popüler aktivite e-mail okumak

Veriler ele alındığında son 2 yıllık süreç içerisinde Türkiye’de Mobil internet kullanımının 34 kat ve Akıllı telefon kullanımının ise 2 kat arttığı bilinmektedir. Android cihazların reklam gösterim oranı % 75’ler seviyesine ulaşmış durumda. iOS’lar karşılaştırıldığında reklam gösterimlerinin çok daha yüksek seviyede olmasının ilk akla gelen nedeni piyasada çok daha fazla Android’li cihaz bulunmasıdır. Android cihazlar kelimenin tam anlamıyla mobil reklam pazarını domine etmektedirler.

3. Mobil Reklam Biçimleri

Günümüzde mobil reklam ağları bir çok farklı biçim ve özelliklerde mobil reklamlar ile yayıncılara hizmet sunmaktadırlar. Söz konusu mobil reklam biçimlerinin en önde gelenleri şöyledir:

Click to Landing Page / Click to Website : Reklam ağındaki sitelerde veya uygulamalarda yayınlanan banner’a tıklandığında kullanıcı markanın mobil uyumlu sayfasına yönlendirilir ve kampanya hakkında detaylı bilgi sahibi olabilir.

Click to Call : Reklam ağındaki sitelerde veya uygulamalarda yayınlanan banner’a tıklandığında bir telefon çağrısı oluşturulmasını sağlamaktır.

Click to Map / Hyperlocal : Reklam ağındaki sitelerde veya uygulamalarda yayınlanan banner’a tıklandığında haritada konumlandırma gerçekleşmesini sağlayan reklam biçimidir.

Click to App Store / Click to Download : Reklam ağındaki sitelerde veya uygulamalarda yayınlanan banner’a tıklandığında kullanıcı markanın App. Store sayfasına yönlendirilir. Kullanıcının markanın App. indirmesiyle marka ile kullanıcı arasında mobil platformda sürekli ilişki yaratılmış olur.

Click to Video / Click to Watch : Reklam ağındaki sitelerde veya uygulamalarda yayınlanan banner’a tıklandığında kullanıcı markanın reklam videosuna yönlendirilir. Kullanıcı videoyu kendine ait, markayla birebir iletişim kurabileceği bir mecra izleme fırsatı bulur.

Click to SMS : Reklam ağındaki sitelerde veya uygulamalarda banner’a tıklandığında SMS ekranı açılarak kullanıcının anında istenilen kampanyaya katılması sağlanır. Ayrıca veri toplamaya yönelik bilgiler istenebilir. Marka ile ilgisi olan kişilerden oluşan bir database yaratılmasını sağlar.

Sponsorluk Uygulamaları : Reklam ağındaki sitelerde veya uygulamalarda hava durumu, borsa, döviz vb. bilgilerin verildiği alanda markanın logosu kullanılmaktadır. Logo tıklandığında istenilen uygulamaya yönlendirilir.

Rich Media : Reklam ağındaki sitelerde veya uygulamalarda web’de yapılabilen tüm animasyon, ses, video veya etkileşimli özellikler içeren banner çeşitleridir. Zengin medya banner uygulamalarının standart banner’lardan en önemli farkı, kullanıcı ile etkileşim kurmalarıdır.

Full Page Expandable : İmleci üzerine götürdüğünüzde aşağıya doğru açılan banner çeşitidir. Kapalı konumdayken genel olarak standart banner boyutundadır fakat aşağıya doğru standart dışı bir boyutta açılabilir.

Interactive Video : Reklam ağındaki sitelerde veya uygulamalarda yayınlanan banner’a tıklandığında markanın etkileşimli reklam videosuna yönlendirilir.

Interactive Interstitial : İki içerik sayfası arasında çıkan reklam formatıdır. Splash sayfası olarak da bilinir.

Yukarıda sıralanan reklam biçimlerine her geçen gün yenileri eklenebilmektedir. Örneğin Google Play Store’da yer alan ücretsiz mesajlama uygulaması Yuilop, en son yayınladığı update ile birlikte yeni bir mobil reklam formatını da beraberinde sunuyor. Uygulamaya yeni eklenen SMS özelliği ile, android kullanıcıları kendilerine gelen SMS’i, ekranda beliren pop up sayesinde, uygulamayı çalıştırmadan ücretsiz olarak cevaplayabiliyor. Gönderildi bilgisinin yer aldığı ekran üzerine 300×250 formatında reklam alanı yer alıyor olacak.

4. Mobil Reklam Ağları ve Gelecek

Dünyada yaklaşık 5,3 milyar mobil cihaz kullanıcısı bulunuyor. Başka bir deyişle, dünya nüfusunun %77’sinin bir mobil bağlantısı var. Bu kullanıcıların %73’lük kısmı olan 3,8 milyar kişi ise gelişen ve büyüyen ekonomiye sahip olan bölgelerde yaşamaktalar. Bu sayılara karşılık mobil reklamlara yapılan yatırımlar henüz geleneksel platformlarda ya da internet ortamında yapılanlarla kıyaslanamayacak düzeylerde kalıyor. Ortada ciddi bir kaynak varken, bu kaynakları kullanmak konusunda henüz harekete geçmemiş kurumlar oldukça yüksek bir sayıdadır.

Gelişen ve büyüyen ekonomilerde internet kullanma yayılımı da mobil bağlantılar sayesinde artarak devam ediyor. Mobil reklamcılık konusunun günümüzde de dahil olmak üzere özellikle önümüzdeki yıllarda neden daha çok önemli olacağını internet kullanıcılarının Mısır’da %70’i, Hindistan’da %59’u, Güney Afrika’da %57’si, Gana’da %50’si ve Endonezya’da %44’ü mobil telefonlardan online olmaları istatistiğinden hareketle anlamak mümkündür.

Mobil reklam alanında piyasaya hükmeden üç büyük firmadan söz etmek mümkün. Bunlardan ilki bir dünya devi olan Google. Gelirlerinin zaten çok büyük kısmını reklamlardan elde eden

Google, mobilde de erken hareketle önemli bir üstünlüğe sahip bulunmaktadır. Apple'ın iAd platformu ise henüz hedeflenen başarıyı yakalayamadı. Üçüncü büyük kabul edilebilecek firma ise Millennial Media'dır.

2006 yılında Omar Hamoui tarafından kurulan ve kendilerini dünyanın en büyük mobil reklam şirketi olarak tanımlayan AdMob asıl görev tanımını cep telefonlarına reklam satışı olarak tanımlamıştı. Google'ın AdMob'u satın alması ve iPhone ve Android platformlarında AdWords desteği sağlayacağını açıklaması, Google'ın bu konuda da ne kadar ciddi olduğunu gözler önüne seriyor. Hatırlarsak Google yine aynı alanda faaliyet gösteren DoubleClick firmasını da 3.2 Milyar Dolara satın almıştı.

Platform tabanlı verilerde Android yüzde 33,2 ile liderliği korurken, BlackBerry üreticisi RIM yüzde 13,9 paya sahip. Her iki rakibinden de pazar payı kapan iOS, yüzde 29,2'ye ulaşmış durumda. Yılın ikinci çeyreğinde InMobi tarafından ABD'de gösterilen toplam mobil reklam 18,7 milyar olarak veriliyor. Telefon pazarının 2 milyar doları aştığı Türkiye'de ise mobil reklam pazarının hacminin 3 senede 3 kat büyümesi bekleniyor.

Bu üç firma dışında irili ufaklı farklı mobil reklam ağları da var ama Wall Street Journals da yayınlanan habere göre bu üç büyük firmaya rakip olabilecek kapasitede bir aday daha var. Samsung. AdHub Market adını verdiği mobil reklam servisini OpenX Technologies işbirliği ile beta yayına vermiş olan Samsung, işi sadece mobil ile sınırlı tutmayıp internet bağlantısı olan tüm cihazlarda hatta akıllı televizyonlar gibi son zamanlarda popülerliğini artıran cihazlarda da sistemi işler hale getirip , mobil reklamcılık alanında kendine sağlam bir yer edinmek istiyor. Tabi bu işbirliğinin OpenX Technologies için de çok büyük önem arz ettiği bir gerçektir.

ADinAction, Turkcell Teknoloji tarafından geliştirilen bir mobil reklam şebekesi platformudur ve mobil operatörlerin mobil reklam ekosisteminin öncüleri olmalarına yardımcı olur. ADinAction mobil reklamcılığın tüm avantajlarını kullanan ve operatörlerin kendi mobil reklamcılık ekosistemlerini hemen oluşturmalarına olanak veren bir araçtır. Turkcell tarafından geliştirilen bu teknoloji mobil reklam senaryosundaki tüm bileşenleri etkili bir biçimde yönetmeye yaramaktadır.

Artık hayatımızda önemli bir yer edinen Facebook'un büyük gelir kazancı olan reklamlar sayesinde ününe ün kattığı bir su götürmez bir gerçektir. Uzunca bir süredir hem mobil sayfası hem de mobil uygulaması üzerinden reklamsız yayın yapan Facebook'un çok yakında bu durumu değiştireceği ön görülmektedir. Yeni gelir kaynakları arayışında olan Facebook'un bu kapsamda ilk sırasında mobil platform bulunmaktadır. Şuan 425 milyona yakın mobil kullanıcıya sahip Facebook'un elde edeceği kârın yılda 1.2 milyar dolar olması bekleniyor.

5. HyperAd Reklam Ağı

5.1. HyperAd Nedir?

HyperAd Reklam Ağı 2012 yılbaşında internet ve mobil reklamcılıkta hizmet sunmaya başlayan bir reklam ağıdır. Başlangıç olarak Hyper Media Grubu sitelerinde reklam sunmaya başlayan reklam ağı daha sonra Android Mobil Uygulamaları geliştiren Hyper Mobile'in uygulamalarına reklam sunarak bu alanda öncü olmuştur. Hali hazırda 15'ten fazla yayım mecrasında ayda ortalama 15 milyon reklam görüntüleyerek reklam verenlerin müşterilerine hızlı ve etkin bir şekilde ulaşmalarına imkan sağlamaktadır.

HyperAd Reklam Ağı (www.hyper.net.tr) ile sadece birkaç kolay adımda web/mobil siteleriniz ya da uygulamalarınız için ekonomik kampanyalar oluşturabilirsiniz. Şimdilik web siteleri ve Android cihazlar için reklam sunabilen HyperAd reklam ağı 2013 itibariyle bütün mobil ortamlara reklam sunabilmek için alışmalarını aktif olarak yürütmektedir.

HyperAd ile oluşturulan reklamlarda reklam hedefi olarak bir websitesini belirleyebileceğiniz gibi bir uygulamanın indirme sayfasını da belirleyebilirsiniz.

5.2. HyperAd Reklam Ağı'nın Avantajları

HyperAd, Türkçe mobil uygulamalarda diğer reklam ağlarına göre bir çok avantajı barındırmaktadır, bunlar;

- Türkiye kullanıcılarına doğrudan hitap etme,
- Daha ekonomik kampanyalar oluşturabilme,
- Tıkla-İndir reklam biçimi ile uygulamalarınızı daha hızlı tanıtabilme,
- Kolay ve hızlı kampanyalar oluşturabilme,
- Kampanyalarda oluşan gösterim adetlerini, tıkları, yayıncıları izleyebilme,
- Kampanyaları duraklatabilme ve yayıncıları değiştirebilme
- API uygulama kütüphanesi desteği
- Yeni reklam biçimleri destek çalışmaları
- Her geçen gün geliştirilmeye devam eden canlı bir yapı

6. Kaynakça

1. <http://sosyamobilite.com/2012/01/05/2012-de-gundemde-olacak-mobil-uygulama-konulari/>
2. <http://www.burcukutlu.com/yuilop-uygulamasinda-yeni-bir-mobil-reklam-formati/>
3. <http://www.sanalajans.com/mobil-reklamcilik>
4. http://www.mobia.com.tr/urun_detay?id=1#Display
5. <http://www.adturk.com/index.php?sayfa=reklamverenler>
6. <http://www.fortune.com.tr/mobilfirsatlar.asp>
7. <http://www.gazeteciler.com/reklam/2011-mobil-reklamcilik-yili-olacak-29862h.html>
8. <http://blog.groupmsearchturkey.com/mobil-reklamcilik.html>
9. <http://www.mobilhat.com/google-mobil-reklam-devi-admobu-satin-al-di.html>
10. http://www.bilgicagi.com/Yazilar/6790-mobil_reklamın_gelecegi_akilli_telefonlarda.aspx
11. <http://www.tolgasismanoglu.com/blog/2011-dijital-reklam-yatirimlari/>

12. <http://www.gelecekteknolojisi.com/facebook-mobilden-de-kazanacak.html>
13. <http://www.webrazzi.com/2012/04/05/samsung-mobil-reklam-agi/>
14. <http://www.androidturkiye.net/2012/03/30/androidin-mobil-isletim-sistemleri-arasindaki-yeri/>