

Popüler videoların üçte biri reklam!



Eğlence / 27/09/2011

İnternetteki her üç videodan biri reklam içeriğine sahip ve Türkiyeli internet kullanıcıları viral reklama büyük ilgi gösteriyor.

İzlesene.com'a gelen trafikten yola çıkarak hazırlanan istatistiklere göre, viral videolar sosyal medyada diğer yayınlara göre yedi kat fazla paylaşıyor. Böylece videolar, yarattıkları etkiyle yüksek izlenme oranlarına çok daha kısa sürede ulaşıyor. Rapor Türk halkının viral reklama alıştığını hatta normal içerikteki videolardan daha çok izlediğini de ortaya koyuyor. Bunlardan en çok ilgi göreni ise fiber internet konulu ve Cem Yılmaz'lı Türk Telekom reklamı. Reklam, sadece 20 günde 1.183.000 defa tıklanarak bir rekora imza atmış oldu.

Viral içeriğe sahip olmayan fakat internette en çok izlenen videolar arasında bulunan komik içeriğe sahip olan "iki çocuğun apaçı dansı kapışması" ise 1.223.840 defa izlenerek altı ayda, Cem Yılmaz'lı Türk Telekom reklamının sadece 20 gün içinde yakaladığına yakın bir izlenme oranına ulaştılar. Kısa bir sürede 650.000 kişi tarafından izlenen viral içerikli Ruffles ve Burger King reklamının başarısını altı ayda yakalamış oldu diğer bir örnek ise Ata Demirel'li Avea viral reklamı videosu 485.000 defa seyredildi. Ayrıca son altı ayın popüler videoları arasında yer alan ve 654.403 defa tıklanan Ruffles'ın "Çılgın Ev Partisi" konulu viral video bir çok tıklanma oranını geçmiş oldu.

Viral reklam kategorisinde bulunan diğer videolar da yüksek izlenme oranlarına ulaştı. Athena'nın yer aldığı Coca Cola reklamı 366.000 defa tıklanırken, Şener Şen'in oynadığı ve "Mümkünlü Kasabası"nda geçen TTNET reklamı da 320.000 izlenme oranıyla ulaştı. Alınan diğer sonuçlar da, internette yer alan videoların yüzde 32'sinin viral reklam olduğuna, kalan oranın ise müzik, klip, komik video gibi içeriklere ait olduğuna işaret ederek gösterilen ilgiye dikkat çekiyor.

Nokta ekibi reklam yetkililerinden Muammer Okumuş'un belirttiği üzere reklamcılık ya da pazarlama iletişimde viral kelimesi bir ürünün, servisin ya da mesajın kullanıcıya dolaylı yoldan ulaştırılması ve mümkün olan en fazla kitleye ağızdan ağıza yayılması anlamına geliyor. Bu yeni reklamcılık ve pazarlama yöntemi

internet kullanımının artışı ile birlikte televizyon reklamcılığına alternatif olmaya başlayan internet mecralarında, viral videolar iletişim için en doğru ve hızlı araç olarak görülüyor.

Muammer Okumuş çarpıcı örnek olarak “Garanti Bankası Mortgage Ev Kredisi” viral video reklamından bahsediyor. Bu video Izlesene.com internet sitesinde 523.543 defa izlenmiş ve Facebook sosyal paylaşım sitesinde ise 75.883 beğeni almıştı. (Yeni Medya Düzeni)