

Yarının Dünyasında Google

İnternette Bir Dönüşüm Google'lizasyon

Aytaç MESTÇİ

Beykent Üniversitesi
Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü
aytacmestci@beykent.edu.tr



InternetPazarlama.NET

aytac@internetpazarlama.net

Arama motorlarının gelirlerindeki artış gözle görünür bir oranda yükselmiştir. Bunların en güçlüsü hiç şüphesiz Google'dır. 2007 yılında sadece ABD'de elde edilen gelirin 6,3 milyar \$ olması beklenmektedir. ABD'de internet gelirlerinin 20 milyar \$ olduğunu düşünürsek, bu gelirin yaklaşık % 25'i Google tarafından elde edilmektedir.

Tablo 1: İnternet'te En fazla Kullanılan 4 Arama Motoru ve 2004 – 2007 Arası Gelirleri (milyon)

Google yüksek kazancı hiç şüphesiz, hızlı yükselişinin katmış olduğu gücüne bağlıdır. Yine bu yükselişte kurulan güçlü yayıncı ve reklamcı ilişkileri de, bu yükselişi perçinlemiştir. Google internete, kendini pazarlamak isteyen, reklam vermek isteyen en güçlü ve zengin olandan küçük bütçelilere kadar bir çok yatırımcı ile doğrudan çalışmaktadır.

Google yeni gelir beklentisi olarak odaklandığı kısım hiç şüphesiz internet video reklamcılığıdır. Marka pazarlamacılarının video reklamcılığına gösterdikleri ilgi gittikçe artmaktadır ve önümüzdeki beş yıl içinde ayrılacak bütçeler oldukça fazla olması beklenmektedir.

Tablo 2: İnternet Video 2001 – 2010 Arası Gelirleri (milyon)

	Gelirler
2001	40 \$
2002	55 \$
2003	85 \$
2004	135 \$

2005	225 \$
2006	410 \$
2007	775 \$
2008	1,300 \$
2009	2,000 \$
2010	2,900 \$

Kaynak: eMarketer, Ekim 2006

İnternet Video gelirlerinde hızlı artış sürerken bu artışın genel reklam bütçesine yansımaları ve buna bağlı hızlı yükselişin oluşması kaçınılmazdır. Yapılan araştırmalara göre 2007 yılı sonunda 20 milyar \$'a ulaşacak toplam reklam gelirin 2011 yılında 36,5 milyar \$'a yükselmesi beklenmektedir.

Tablo 3: ABD İnternet Toplam Reklam Gelirleri, 2002 – 2011 (milyar)

	Gelirler
2002	6,0 \$
2003	7,3 \$
2004	9,6 \$
2005	12,5 \$
2006	16,4 \$
2007	19,5 \$
2008	23,8 \$
2009	28,1 \$
2010	32,3 \$
2011	36,5 \$

Kaynak: eMarketer, Şubat 2007

AOL ile MSN arasında süregelen reklam hizmet kapışması, Google'a ayrı bir

endüstri yaratmasına yön çizdi. Arama değerlendirmelerinin yükselmesine çözüm ortakları ile ilerlemeyi akıl eden Google, rakiplerinin önüne geçmeyi başardı.

1. Büyükler daha da büyümede

İnternet'te her ne kadar belirli yoğun üretimlerin alternatif oluşturamamasından kaynaklı olarak portallaşma'da azalmalardan bahsedilse de, 2006 yılında, 4 büyük arama motoru olan Yahoo!, AOL, MSN ve Google'ın yıllık reklam gelirleri, internette harcanan toplam reklam gelirlerinin % 57,4'ünü oluşturmaktadır. Bu oranın 2007 yılı sonunda % 66,6'a ulaşacağı sanılmaktadır.

Tablo 4: En Çok kullanılan 4 Arama Motorunun İnternet Reklam Gelir Yüzdeleri, 2004 – 2007

Tüm bu yükseliş sürerken önemli bir artış ise Google'ın diğer 3 arama motoruna oranla 2006 yılından itibaren etkili yükselişidir. 2007 yılında Arama motorlarından elde edilen toplam gelirin yarısını elde eden Google'ın takip eden yıllarda çok fazla oranlara da çıkması beklenmektedir. Tabii ki bunda en büyük etkenlerden biri internete yeni ısınan gençlerin duyduğu ilk isim olmasıdır. Google haricindeki diğer 3 arama motoru 10 yaşını doldurmuş olmalarına karşılık belirli doyumsallığı yaşamış buna bağlı olarak teknolojik gelişime ve genç nesli yakalamada yeterli duyarlılık gösterememiştir.

Tablo 5: En Çok kullanılan 4 Arama Motorunun İnternet Reklam Gelir Artış Yüzdeleri, 2004 – 2007

2005 yılında % 90 yükseliş gösteren Google ve diğer 3 arama motorunun gelirlerinin ortalaması, toplam internet reklam gelirinin % 30'unu oluşturmuştur. 2006 yılında Google reklam gelirlerinde hızlı yükselişini % 70'e yakın bir oranla sürdürürken, yine 4 arama motorunun gelir ortalaması % 30'u geçememiştir. Ancak 2007 yılının başında yapılan değerlendirmeler daha 3 ay içinde %

18,9 oranına ulaştığını göstermektedir. Bu oranın yıl sonunda % 40'a varması beklenmektedir.

2. Arama Motorları ve Gelirler

Başta internetten elde edilen gelirlerde arama motorlarında elde edilen reklam gelirleri pek büyük oranlarda olmasa da 2006-2007 yılların toplam gelirin % 42'sini oluşturmaktadır. Bu rakam her yıl artmaktadır ve 2011 yılında bu rakamın % 45'i bulması beklenmektedir. AlisVerisX.com E-Ticaret Sistemi, web tabanlı ve kolay kullanılabilir bir yönetim arayüzüne sahiptir. Ölçeklenebilir kategori ve ürün yapısı sayesinde her sektörün ihtiyaçlarını karşılayabilecek bir platformdur. Gerek içerdiği özellikler gerekse teknolojisi ve altyapısıyla e-ticaret için ideal bir çözümdür. Ayrıca ihtiyaçlarınız doğrultusunda size özel modüller geliştirilebilmektedir.

Tablo 6: Arama Motorlarında Elde Edilen İnternet Reklam Gelirlerinin Toplam Reklam Gelirlerine Oranı

	Reklam Gelir Oranı
2000	% 1,3
2001	% 4,2
2002	% 15,4
2003	% 35,0
2004	% 40,0
2005	% 41,0
2006	% 42,2
2007	% 42,8
2008	% 43,0
2009	% 43,5
2010	% 44,0
2011	% 44,3

Kaynak: eMarketer, Nisan 2007

Hızlı bir artış olmamasında en büyük neden, Google'ın arama motoru için geliştirmiş olduğu bir sürü yeniliklerin yanında toplam internet mecrasındaki reklam

çeşitliliğinde de çok fazla gelişim gösterilebilir. Buda aramam motorlarında büyük olmamakla birlikte emin adımla yükseliş olacağını göstermektedir.

Sadece aramam motorlarından elde edilen gelirler değil internet mecrasındaki tüm gelirlere baktığımızda 2007 yılı sonunda toplam reklam gelirinin 14 milyar doları geçmesi beklenmektedir. Bu rakamın 2011 yılında 22 milyar dolara ulaşması beklenmektedir.

Tablo 7: Arama Motorlarında Elde Edilen Toplam İnternet Reklam Geliri (milyon)

	Toplam Reklam Geliri
2000	108,5 \$
2001	298,7 \$
2002	2.543,5 \$
2003	3.850,4 \$
2004	5.142,2 \$
2005	8.287,5 \$
2006	11.378,4 \$
2007	14.212,0 \$
2008	16.151,3 \$
2009	18.223,5 \$
2010	20.212,0 \$
2011	22.151,3 \$

Kaynak: eMarketer, Nisan 2007

Arama Motoru Profesyonel Organizasyonunun (SEMPO), yapmış olduğu açıklamaya göre şirketlerin % 35'i reklam verirken interneti de kullanmayı tercih ediyor. Bu oranda Google'ın aldığı yüzdenin oldukça yüklü olduğu da dikkat çekmektedir. Çünkü kullanıcılara kendi ara yüzleri ile kendi miktar ve kullanım seçenekleri sunan bir reklam oluşturma sistemi ile doğrudan müşteri ile bağlantı kurma stratejisi ile Google bilinirliğini oldukça arttırmıştır.

Tablo 8: Arama Motorlarında En Çok Kullanılan Alt Alan Adları & Yüzdeleri, 2006

	Yüzde
AOL (www.aol.com)	
screenname.aol.com	% 32,4
my.screenname.aol.com	% 32,4
webmail.aol.com	% 18,7
registration.aol.com	% 16,2
search.aol.com	% 14,6
Google (www.google.com)	
images.google.com	% 22,6
video.google.com	% 5,8
maps.google.com	% 5,5
mail.google.com	% 4,8
news.google.com	% 3,9
MSN (www.msn.com)	
hotmail.msn.com	% 49,6
msnbc.msn.com	% 11,1
search.msn.com	% 8,5
moneycentral.msn.com	% 4,4
sea.search.msn.com	% 4,2
Yahoo! (www.yahoo.com)	
mail.yahoo.com	% 67,9
login.yahoo.com	% 60,4
address.mail.yahoo.com	% 15,3
search.yahoo.com	% 13,7
edit.yahoo.com	% 11,5

Kaynak: Quantcast, Ocak 2007

Google her ne kadar arama kısmında en fazla kullanılır halde olsa da, internet kullanıcılarında oluşan güven tabanlı alışkanlıkları, kullanıcıları e-mail gibi, isim arama yada borsa hakkında bilgi almak için gene alışmış olduğu araçların dışına çıkarmıyor. MSN'de arama Google kadar yüksek olmasa da, Hotmail'i kullanarak açılan e-mail hesapları oldukça fazla bilinirliği olup kullanılan bir yapıdadır. Aynı farklılık

Google'dan daha evvel başlamış olan Yahoo!'da da görülmektedir.

4. Google'ın Arama Motorlarına Kattığı Yeni Boyut Video

İnternet'in bir sonraki kuşağı olan internet TV ve internet TV reklamcılığının başlangıcı olarak videolar gösterilmektedir. Bunun en büyük isimlerinden biri hiç şüphesiz Google'ın satın almış olduğu YouTube'tır. Bu hamleyi yaparak Google internet videoculuğu aramada diğerlerine karşı bir adım öne geçmiş durumdadır. Çünkü gelecek bunda yattığından ileriye dönük olarak buna bağlı aramalar daha fazla olacaktır.

Tablo 9: Video Arama İçin En Çok Kullanılan Arama Motorları & Yüzdeleri, 2006

	Yüzde
YouTube	% 43,5
Google Video	% 26,5
MSN Video	% 24,5
Yahoo! Video	% 22,0
AOL	% 13,5
Diğerleri	% 17,5

Kaynak: *Piper Jaffray & Co., Ocak 2007*

Hem Google hem de satın almış olduğu YouTube, internet video aramada diğer arama motorlarından oldukça fazla veri toplayıp hizmet verebilir hale gelmiştir.