

Web 2.0 Teknolojisi & İnteraktif Pazarlama ve Reklam Modelleri

Aytaç Mestçi

Kültür Üniversitesi İletişim Fakültesi, Bakırköy / İstanbul
aytac@mestci.com

Özet: Gelişen yeni teknolojilerin internete yansımalarıyla oluşan yeni pazarlardan biri olan Web 2.0 pazarı kavramı ve reklamlama modellerinin anlatılması.

Anahtar Kelimeler: Web 2.0, İnternet Pazarlama, İnternet Reklamcılığı.

Web 2.0 Nedir?

Web 2.0 toplulukları bir araya getiren, standart tasarım anlayışına yepyeni bir boyut kazandıran, daha dinamik özelliklere sahip, %100 kullanıcı odaklı olabilen ve internet anlayışını bütünüyle değiştirecek bir konsepttir.

Web 2.0 bir yazılım veya programlama dili değildir. Yeniliklerle düzenlenmiş bir konsepttir. Web'e yeni bir bakış amacı ile üretilmiş, bir sürü teknolojinin kullanılmasını amaçlar. Şüphesiz bu yeni web programlama tekniklerinin ve geçmişten bu yana gelen tasarım bilginin bir ürünüdür.

Web 2.0 Teknolojisinin Pazarlama Dünyasının Önüne Açtığı Yeni Yol ve Farklılıkları

Daha önceden statik içerikli, dinamik içerikli olmayan standart web sitelerinin anlayışı hakimdi. Şimdi ise internet'te gezdiğimiz bir çok site gerçekte web 2.0 konsepti ile tasarlanmış.

Örneğin; Flickr.com, Youtube.com, Technorati.com, Wikipedia.org, Digg.com, Tusul.com, Oyya.com, Myspace.com, Facebook.com, Netvibes.com, del.icio.us, meebo.com vb. gibi.

Web 2.0 konsepti ile tasarlanmış sitelerin farkı diğer sitelere göre sosyal birer ağ özelliğine sahip olabilmeleri, tasarımda kullanıcıya daha odaklı ve şık görünümde hitap edebilmeleri, hizmet ve servis konularında son derece kaliteli olabilmeleri ve proje üretiminde sınır tanımamalarıdır.

- Web 2.0 konseptinin yapısında neler vardır?
- Web 2.0 konsepti hiç bir şekilde bayağılık ve klişelik içermez.
- Web 2.0 konsepti son derece sabit çalışır ve daha fazla geliştirilebilir altyapıya sahiptir.
- Web 2.0 konsepti ile tasarlanan projeler, daha hızlı markalaşabilir ve akılda kalıcı kriterlere sahip olabilir.
- Web 2.0 konsepti milyonlarca kullanıcıyı bir araya getiren sosyal ağlar oluşturabilir.
- Web 2.0 konsepti reklam anlayışına yeni boyutlar getirir ve her şey genel ziyaretçi psikolojine bağlı olarak tasarlanır.
- Web 2.0 konseptinde tek bir kullanıcının bile neler yapabileceği ve o kullanıcının altın değerinde olabilmesi için her şey düşünülmüştür.

Pratik İş Çözümleri - Dünyadan Uygulama Örnekleri

Web 2.0 bir çok yeni fikir ortaya attı ve bununla beraber bir çok internet uygulaması oluştu. Bu uygulamaların bazıları aşağıda incelenmiştir. Uygulamalar seçilirken dünyanın en çok beğenilen web 2.0 servisleri dikkate alınmıştır.



WIKIPEDIA
The Free Encyclopedia - Wikipedia

Ocak 2001 de hizmete giren site internet tabanlı bir ansiklopediyi amaçlamaktadır. Madde başlıkları hakkında kullanıcılardan alınan bilgiler uzmanlar tarafından onaylanarak nihai bilgi hazırlanmış olur, böylelikle doğru ve güvenilir bilgiye ulaşılır. GFDL (gnu free document license) ile korunan bilgileri son kullanıcıların tartışarak değiştirmesi ve bilgiye katkı koyması web 2.0 mantığı ile mükemmel derecede örtüşmektedir.

Bir açık kaynak ansiklopedi servisi olarak adlandırılabilir Wikipedia, 200 ün üzerinde dilde hizmet vermektedir. Bünyesinde toplam 28.000.000 makale bulunmaktadır. Toplam kullanıcı sayısı 8.000.000 un üzerinde olmasına rağmen aktif kullanıcı sayısı 50.000 olan sistem ayda 6 milyarın üzerinde ziyaret edilmektedir. Böylesine büyük bir sistemin altyapısı viki sayfalarına dayanmaktadır. Herkese açık olan ve herkese giriş yapabilme olanağı sağlayan bir uygulamadır.

Türkiye’de de bu hizmetin kullanımı genişlemektedir. Benzeri uygulamalar üretilmiş ve aktif olarak kullanılmaktadır. 300.000 e yakın makale barındıran Türkçe uygulama 100.000 üzerinde kullanıcıya sahiptir.



- YouTube

2005 Şubat ayında yayına giren servis, dünyada ciddi bir yankı uyandırmıştır. Video paylaşımı ve izlenmesi hizmeti veren site bir RIA örneği olan Adobe Flash teknolojisini kullanmaktadır.

Web 2.0 düşüncesinin gelişmesinde çok faydalı bir örnek olan YouTube, sistemde kullanılan programlama desteği, logosu ve paylaşım mantığı ile çok önemli bir internet ürünüdür.

YouTube, geliştiriciler için API (Application Programming Interface-Yazılım programlama

arayüzü) hizmeti de sunmaktadır. Böylelikle MashUp uygulamaları yaratabilmek için olanak sağlar.



2004 ten beri yayında olan flickr, bir fotoğraf paylaşım servisidir. Bazen dakikada 2000, ayda 2.8 milyon fotoğraf yüklenen site web 2.0 m en önemli örnekleri arasındadır. Siteye yüklenen fotoğraflar Creative Commons (CC) lisansı ile korunur.

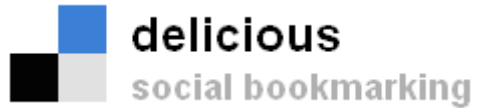
YouTube gibi API hizmeti sağlayan servis LAMP hizmet paketi üzerine kuruludur. 3 milyona yaklaşan kullanıcı potansiyeli ile web in önemli siteleri arasındadır.



- MySpace

Web 2.0 yenilikleri arasında yer alan blog sistemlerinin en önemlilerindedir. 2003 ten bu yana hizmet vermektedir. 150 milyonun üzerinde üyesi bulunan sisteme 2006 yılında günde 200000 yeni üye katılmıştır. Ayda 40 milyar kere ziyaret edilen bir servis haline gelmiştir.

Kullanıcıların web i kişiselleştirmesinde önemli bir fikir olan blog hizmetinin en iyi örneklerinden biri MySpace tir.



del.icio.us

Çevrimiçi sık kullanılanlar kaydetme uygulamasıdır. Bütün internet tarayıcılarda bulunan sık kullanılanlar bölümünü web ortamına taşımıştır. Böylelikle kullanıcı favori sitelerine sadece kişisel bilgisayarından değil dünyanın herhangi bir yerindeki bilgisayardan da erişebilir. 2003 ten bu yana kullanılan uygulamanın, 1 milyondan fazla üyesi bulunmaktadır.

del.icos.us RSS besleme imkanı da sağlamaktadır. Bu özelliği ile günümüzdeki tüm tarayıcılar aracılığıyla favori sitelere erişim sağlanabilmektedir.



AIM, ICQ, Yahoo Messenger, MSN Messenger, Jabber ve Google Talk gibi çevrim içi mesajlaşma programlarını web tarayıcısı üzerinden kullanmayı sağlayan bir sistemdir. Herhangi bir kurulum gerektirmemesi en önemli özelliğidir

Ajax tabanlı olan Meebo web 2.0 in getirdiği yeni anlayışa uygun bir uygulamadır.



- Google Docs & Spreadsheets

Google belgeler ve elektronik tablolar uygulaması, kişisel bilgisayarlarda en çok kullanılan yazılımlar arasında olan, ofis yazılımlarının internet ortamında kullanmayı amaçlamaktadır. Standart bir kelime işlemcinin veya elektronik tablo yazılımının yapabildiği her şeyi yapabilen bu uygulama dokümanların web üzerinde tutulmasını sağlar. Böylelikle dokümanların kaybolması, bir yerden başka bir yere taşınması gibi durumlar ortadan kalkmış olur. Popüler

bütün dosya formatlarını destekleyen uygulamada dosyalar istendiğinde herhangi bir disk ortamına kaydedilebilir.



- netvibes

Açılış sayfalarına yeni bir soluk getiren bir uygulamadır. RSS beslemelerini bir araya toplama imkanı veren sistem, onlarca içerik, haber, blog gibi hizmetlerdeki başlıkları tek sayfada kontrol edebilmektedir. Elektronik posta, takvim, istenilen arama motorundan web araması, resim ve video arama, hava durumu gibi kullanıcıların günlük hayatlarında web üzerinde sıkça kullandıkları hizmetleri birleştirmiş bir uygulamadır. Sunucu istemci arasındaki veri akışını en aza indirmesi ve her şeyin çevrim içi olarak gösterilmesi önemli özellikleridir.



Çevrimiçi dosya dönüştürme sistemidir. Dosyaları hiçbir program indirmeden veya kurmadan bir dosya biçiminden diğerine dönüştürmeyi sağlar.

Sistem 100 MB altındaki her dosyayı resim (bmp, gif, jpg, png vs), doküman (cvs, doc, docx, xls, xml, ppt, pdf, txt vs), müzik (mp3,ogg, wav vs) ve video (3gp, avi, flv vs) dosyasına çevirebilmekte ve belirtilen mail adresine yeni dosyayı gönderebilmektedir.

Türkiye’de Web2.0

Türkiye’de Web 2.0 iki ayrı açıdan katkı almıştır. Web1.0’dan Web 2.0 dönemine kalan ve popülerliklerini devam ettiren siteler, bunlar **Eksisozluk**, **Zurna.com**, **Fazlamesai** gibi

sosyal siteler. Ve de Web 2.0 zamanında ortaya çıkan yeni siteler. Bunların arasında da **Yonja.com, Bildirgec.com, Blogcu.com, Bydigi.net** sayılabilir. Daha sonraları da Web2.0 projelerinin artmasıyla, Web 2.0 haberciliği de popülerleşti. Webrazzi blogu vasıtasıyla yeni web 2.0 girişimleri takip edilebilir.

Web 2.0 Tasarımında Nasıl Bir Yol İzlenmeli?

Web 2.0 tasarımında yol izlerken dikkat etmeniz gereken ilk şey tasarımın ihtiyaca yönelik olmasıdır.

Tasarımı kişisel zevklerinize göre yaparsanız sadece kendinize beğendirebilirsiniz. Bir Web 2.0 projesi yaparken projeyi adım adım haritalandırmalıyız.

Bir Web 2.0 projesi tasarlanırken ilk önce genel bir araştırma yapılmalıdır.

Projenin amacı, projenin rakipleri, rakiplerin neler yaptığı, rakiplerden sıyrılabilmek için onların avantajları ve dezavantajları, projenin kullanıcılara katkıları, kullanıcıların projeden beklentileri ve kullanıcıların projeye ne gibi şeylerde katkıda bulunabileceği araştırılmalıdır.

Kullanıcıların projedeki psikolojileri önceden düşünülmelidir.

İlk olarak genel psikolojilere bakılmalıdır. Bunlar kullanıcıyı sitede daha çok kalmasına iten şeylerdir.

Örneğin; tasarımın Web 2.0 konseptine uygun olması, kullanıcı için projenin kendisine sağlayabileceği yararlar, görsel objelerin yerleşimi, renklerin uyumlu olması, tasarımda amaca uygun olmayan reklamların gösterilmemesi vb. gibi.

Yerleşimler göze en iyi hitap edebilecek şekilde düşünülmelidir.



Burada yine kullanıcı psikolojisi hesaplanmalıdır.

Bir kullanıcı bir web sitesini ziyaret ettiğinde internetteki genel yerleşim planına göre gözüne çarpan ilk nokta ekranın sol üst köşesinin hemen altıdır.

Bu tasarımdan tasarıma göre değişir. Buna bağlı olarak şimdi aşağıdaki maddeyi okuyun.

Yerleşim ve görsellik bir web sitesinde çok ölümcül bir kriterdir.

Kullanıcılar bir web sitesine girdiğinde her işlemi adım adım gerçekleştirir. Önce gözüne ilk çarpan noktayı seçer daha sonra ekranda tıklayabileceği başka noktaları arar. Bu noktalardan hangisi %100 odaklı veya %100 ilgi çekici oranına yakınsa tıklama o nokta da gerçekleşir. Bu aşamalar ortalama 3 yada 5 saniye sürer. Aslında bu sizin kullanıcıyı yönlendirmek istediğiniz şeyler ile alakalıdır.

Burada “Ziyaretçilere ilk etapta tam olarak neyi göstermeliyim?”, “Kullanıcıları ise sitede tutabilmek için nasıl bir hizmet vermem lazım?” sorularını kendinize sormanız gerekir. Hedef noktalarda ilk tıklanacak yerler, spot görüntü ve başlıklardır.

Web 2.0 konseptinde tasarımın anlaşılabilir olması çok önemlidir.

Web 2.0 Konsepti Hangi Teknolojileri İçerir ?

Diller:

AJAX (RIA)

AJAX, internet sayfalarında JavaScript ve XML teknolojileri ile etkileşimli interaktif web uygulamaları yaratır. AJAX "XHTML, CSS, JavaScript, JScript, ECMAScript, DOM, XMLHttpRequest, Ajax Framework, IFrame, JSON, EBML, PHP, ASP, DHTML, LAMP ve SPA" teknolojilerini içeren genel bir platformun adıdır.

XML (Extensible Markup Language)

W3C tarafından tanımlanmış bir çok bilgi sistemleri tarafından kolayca okunabilecek dokümanlar oluşturmaya yarayan bir standarttır. Aynı zamanda farklı sistemler arasında veri alışverişi yapar.

XHTML (Extensible HyperText Markup Language)

İstemci taraflı bir metin işaretleme dilidir. XHTML bir web standardıdır. XML'in HTML içinde kullanılabilmesi ve HTML sayfa kodlarındaki düzensizlikleri kaldırması amacı ile oluşturulmuştur. Dinamik dillerde daha düzenli olması için XHTML tercih edilir.

Teknolojiler:

REST (Representational State Transfer)

Yazılım mimarisinde bir stildir. Bu terim genelde her hangi bir basit arayüz ile domain ile ilgili HTTP veri transferini her hangi bir mesaj katmanı olmadan gönderme prosedürüdür.

SOA (Service Oriented Architecture)

SOA, tenilikçi uygulama geliştirmeye yardımcı olan ve aynı zamanda iş çevikliğini arttıran bir modelidir.

RSS (Really Simple Syndication)

RSS dinamik içeriği olan haber, blog veya benzeri sitelerde içeriğin takip edilebilmesini sağlayan XML kodlama dilidir. .RSS ve .XML dosyalarını kullanır.

Mashup (Web Uygulamaları)

Mashup veri ile kaynağı tek entegre bir parça üzerinde birleştiren ve bu bilgiyi kartografik ver şeklinde sunan web uygulamalarına denir. Çok kaynaktan veriyi toparlar ve veriyi tek bir kaynak üzerinde birleştirir. (bkz. Google Maps, Yahoo)

BLOG

Fazla bilgisayar bilgisi gerektirmeden istenilen her tür bilginin oluşturulabileceği sosyal web siteleridir. (bkz. Blogger) Web 2.0 konsepti hangi dillerde uzmanlaşmayı gerektirir ? JavaScript Framework'leri ve AJAX konusunda uzmanlık gerektirir. Özellikle

Prototype, jQuery, mootools ve script.acul.us Web 2.0 Framework'leri kullanılır.

Web 2.0 ve E-ticaret

comScore'un açıkladığı olduğu "Web 2.0'da Perakende Sektörünün Bugünü" isimli rapora göre Web 2.0 kullanıcıları ABD'de 2007 yılında internetten 27 milyar dolarlık alışveriş etti.

E-ticaret alışveriş yapılan ürün çeşitlerine göre Bilgisayar Donanımı, Giysi, Ofis Ürünleri, Tüketici Malları ve Tüketici Elektronik ürünleri daha fazla ilgi çekmekte.

Yapılan araştırmalarda normal internet kullanıcılarına nazaran Web 2.0 kullanıcıları e-ticaret'e daha çok ilgi göstermekte. Bunun en büyük sebebi olarak web 2.0 sitelerinde daha hızlı iletişim ve daha fazla doğal referanslar sayesinde alışveriş daha ilgi çekici hale gelmiştir.

| ABD'de Web 2.0 Teknolojisi Üzerinden E-ticaret Yapılan Ürün Kategorisi, 2007 2. çeyrek (milyar) | |
|---|--------|
| E-ticaret Harcamaları | |
| Bilgisayar Donanımı | 4,5 \$ |
| Giysi | 3,8 \$ |
| Ofis Ürünleri | 2,4 \$ |
| Tüketici Malları | 1,8 \$ |
| Tüketici Elektronik | 1,6 \$ |

Kaynak: ComScore Networks, 2007

ABD'de hem sosyal ağ sitelerinde yer alıp hem de e-ticaret yapanların alışveriş aktivite yüzdelere bakıldığında da Satışları ve indirimleri takip etme ve Kupon İndirimi kullanma % 51 ile en fazla ilgi çekilenler olarak görülmekte.

| ABD'de hem Sosyal Ağ Sitelerinde yer alıp hem de e-ticaret yapanların Alışveriş Aktivite yüzdesi, Eylül 2006 | |
|--|--------------|
| Alışveriş Aktivite Çeşitleri | Yüzde Değeri |
| Satışları ve indirimleri takip etme | % 51 |
| Kupon İndirimi kullanma | % 51 |
| Hediye Bilgileri edinme | % 47 |
| Ürün Satın alma | % 29 |
| Video Yükleme/Seyretme | % 20 |
| Blog okuma/yazma | % 18 |
| Hiçbiri | % 12 |

Kaynak: American Marketing Association (AMA), 2006
(Not: Facebook, MySpace, LinkedIn kullanılmıştır)

Web 2.0 Reklamcılığı - 4 Farklı Modeli

Klasik Model - M1 – Vitrin Modeli

Tipik Web 1.0 Reklam Modeliyle

Banner & zengin medya reklam formatları bulunmaktaydı. Ağırlıklı CPM (1000 izleyici başı ödeme) ve sayfa gösterim üzerinden fiyatlandırma kullanılırdı.

Web 2.0 Trendleriyle;

Ortak Saha modeli gelişti; Myspace, Technorati, YouTube gibi. Buna bağlı olarak sosyal ağlarda CPM değeri (\$ 0,3 - \$ 0,5) düşmeye başladı.

Otomatik Aracılık - M2 – Arama/Uyum Modeli

Google AdWords – AdSense Modeli en uygun olarak gösterilebilir. Otomatik içerik ilintili yada anahtar kelime uyumlu hedef mesaj reklamları ön planda yer alır. Küçük yayıncılar büyük kazançlar sağlama şansı yaratılan CPC ödeme sistemi hakim.

Web 2.0 Trendleriyle;

Ortak Saha modeli gelişti; Myspace, Blogs, Facebook, Flickr gibi. Küçük aktörler – düşük kazançlar (reklam verenler, yayıncılar) elde edebildiler. Buna bağlı olarak, bilinen platformlar arası büyük anlaşmaların çöküşü gerçekleşti. Myspace – Google yada Facebook – Microsoft gibi.

M3 – Sıcak Aracılık Modeli

Bu modelin gelişmesi sonrası yayıncı tarafında birçok küçük dinleyen ve içerik sağlayıcısının M1 – M2'de unutulması gerçekleşti. Buna karşılık kaliteli içerik sağlayıcılara kazanç yapısı oluştu. Bunun sonucu olarak da yüksek kalite içerik sağlanmaya başlandı.

Web 2.0 Trendleriyle;

Blog Reklam Ağları modeli gelişti; Influence, AdRider, Blogbang(Fransa), Pilli.com, Mynet Adklik gibi. Blogcular için yüksek kazançlar (M2 nazaran 5 – 10 kat fazla kazanç) sağlayacakları model oluştu. Az bulunur pazarda, kaliteli içerikler oluşmaya başladı.

M4 – Sosyal Ağ Pazarlama

Ağ içinde doğal bilgi yayılması avantajı oluştu. Büyük sosyal ağ sitelerinin “**kalplerindeki yerlerin**” satılması kavramı gelişti. Örneğin Myspace özel sayfa reklamı yada Facebook grup sponsorluğu gibi.

Sosyal ağ pazarlamasının düzensiz bir model olması kampanyanın dışı yansımalarının ölçülmesinde, kontrol eksikliği, mesaj/marka oluşumu ve ağ yapısına bağlı sorunlar yarattı.

Kaynaklar

- [1] http://tr.wikipedia.org/wiki/Web_2.0
- [2] <http://www.erkana.com/web/web-20-nedir-ve-web-20-teknolojileri/>
- [3] <http://www.emarketer.com/>
- [4] <http://ardakutsal.blogspot.com/2005/10/deien-web-kltr-web-20.html>
- [5] <http://turk.internet.com/haber/yazigoster.php3?yaziid=14394>