



IAB Avrupa'nın hazırladığı Reklamveren 2016 Mobil Denetim Raporu'na göre mobil siteler de artık, masaüstü siteler kadar ilgi görüyor.

MOBİL SİTELER, MASAÜSTÜ SİTELERE YETİŞTİ

FİNANS VE PERAKENDE SEKTÖRÜNÜN ÖNDE GELEN MARKALARININ %80'İ MOBILE UYGUN SİTEYE SAHİP

IAB Avrupa'ya üye yedi ülkenin (Almanya, İrlanda, Hollanda, Polonya, Sırbistan, İspanya ve Türkiye) işbirliği ile hazırlanan Reklamveren Mobil Denetim Raporunda bu yıl perakende ve finans sektörleri incelendi.

IAB Avrupa'nın 2. kez gerçekleştirdiği ve 500 reklamverenin web sitesinin incelendiği "Mobil Denetim Raporu", reklamverenlerin mobil anlayışlarının ve mobile öncelik veren tüketici dünyasındaki varlıklarını nasıl geliştirdiğini ortaya koyuyor.

Rapora göre; perakende ve finans sektöründe reklam veren firmaların yüzde 80'inin mobile uygun web sitesi bulunurken yarıdan fazlası 'responsive' web tasarımı kullanıyor.

Avrupa'da tüm display reklam yatırımlarının dörtte biri mobile gidiyor. Mobil Denetim Raporu reklamverenlerin bir yandan mobil reklama yatırım yaparken, öte yandan kendi stratejilerinde de mobile önemli bir yer verdiklerini ortaya koyuyor. Ancak bazı ülkelerde perakende için değerli bir araç olan e-ticaret uygulamaları, finans sektörü için gerekli olan şube bulucu uygulamalar henüz yeterince gelişmiş değil. Raporda öne çıkan bulgular şöyle sıralanıyor:

Perakende ve finans sektöründe faaliyet gösteren markaların büyük bölümü mobil platformlarda yer alıyor.

Bu sektörlerdeki markaların yüzde 80'inden fazlasının mobile uyumlu web sitesi bulunuyor. Perakende firmalarının yarıdan fazlasının, finans firmalarının ise üçte ikisinden fazlasının web siteleri 'responsive' olarak tasarlanmış. Almanya ve Hollanda bu konuda başı çeken ülkeler. Bu ülkelerdeki bütün perakende ve finans siteleri mobil uyumlu çalışıyor.

Aplikasyonlar Mobil Stratejinin En Önemli Unsuru

Perakende sitelerinin yarısından fazlasının, finans firmalarının ise üçte ikisinden fazlası mobil uygulamaya sahip. Finans sektöründe bireysel bankacılık uygulamalarının kurumsal bankacılık uygulamalarından daha gelişmiş olduğu görülüyor. Buna karşılık, Orta ve Doğu Avrupa pazarındaki



finans firmalar kurumsal bankacılık aplikasyonları daha çok kullanıyor. Diğer yandan İspanya'daki finans firmalarının büyük çoğunluğunun bireysel bankacılık aplikasyonları bulunuyor.

Mobil Siteler Gelişiyor

İşlevsellik açısından perakende sektöründeki firmalara ait mobil sitelerin masaüstü sitelerle aynı olduğu görülüyor. Perakende firmalarının üçte ikisinden fazlasının satışa uygun mobil (%65) ve masaüstü sitesi (%69) bulunuyor. Perakende firmalarının yarısından fazlası mağaza bulma fonksiyonlarını da kullanıyor. Bu firmaların mobil veya masaüstü sitelerinde GPS-mağaza bulma çözümü bulunuyor. İspanya'da GPS sistemi kullanma oranı %90'a çıkıyor.

Türkiye'de GPS şube bulucu mobilde çok yaygın

Türkiye'de bankaların masaüstü sitelerinde (%84) olduğu gibi mobil sitelerinde (%80) de GPS ile şube bulma fonksiyonu bulunuyor.

Aplikasyon Sayısı Artıyor, Ancak Daha Gidilecek Çok Yok Var

2015 yılında yayınlanan ilk Reklamveren Mobil Denetim Raporu'nda da olduğu gibi, aplikasyonlar mobil ve masaüstü sitelerin gerisinde kalıyor. Perakende firma aplikasyonlarının mobil ve tablet uygulamalarının yarısından daha azında ödeme sistemleri ve GPS mağaza bulma çözümü bulunmuyor.

Türkiye'de finans sektörü IOS ve Android uygulamalarda önlerde.

2016 Reklamveren Mobil Denetim Raporu'na göre, IOS ve Android için bankacılık uygulamaları bulunan ülkeler arasında Polonya (%52) ve Türkiye (%48) başı çekiyor.

IAB EMEA Bölgesi Mobil Sorumlusu Ben Rickard, araştırma ile ilgili olarak *"Mobil odaklı bir dünyada markaların mobil stratejiler geliştirmeye başladığını görmek oldukça mutluluk verici. Mobil gösterimler 2015 yılında yüzde 60'tan fazla arttı. Bu durum reklam verenlerin hedeflediği kitleye ulaşmak için mobile önem vermeye başladıklarını gösteriyor."* dedi.

Raporun tamamını indirmek için [tıklayınız](#)