

Kullanıcılar İnternet Reklamlarına Neden Tıklar? İnternet Reklamcılığının Etkinliği Üzerine Bir Çalışma

Ersen Bolluca, Hanife Göker

Fatih Üniversitesi, Zaman Gazetesi
ersenbolluca@gmail.com, h.goker@zaman.com.tr

Özet: Tıklanma oranı (Click-through rate, CTR) internet reklamlarının etkinliğini ölçmede kullanılan genel kabul görmüş bir parametredir. Bu ampirik çalışma çok değişkenli regresyon tekniğini kullanarak internet reklamcılığında CTR'a etki eden banner özelliklerini araştırmaktadır. Bu araştırma hangi banner özelliklerinin CTR performansında daha değerli olduğunu anlamamıza yardım etmiştir. Çalışmada hedefli reklamların ve kreatif reklam pozisyonlarının daha yüksek CTR değerine sahip olduğu görülmüştür. Bununla birlikte, internet reklamlarının animasyon ve büyüklük gibi özelliklerinin CTR'a etkisinin önemsiz olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: İnternet Reklamcılığı, İnternet Reklamlarının Etkinliği, CTR, Tıklanma Oranı, Reklamcılık, Online Reklamcılık, Online Gazete