

Dijital Pazarlamacının Tasarım El Kitabı



İçerik

- Giriş
- Pazarlamada Tasarımın Önemi Nedir?
- Dijital Pazarlamada İyi Bir Tasarım Nasıl Olmalı?
- Sosyal Medya ve Tasarım İlişkisi
- Dijital Pazarlama ve Web Sitesi Tasarımı İlişkisi
- Dijital Pazarlamacılar İçin Tasarım 101
- Sonuç

3

4

5

9

11

13

15

Giriş

Pazarlama marka için ilgiyi yaratır, tasarım ise pazarlama içerisinde bir tutundurma ögesi olarak markanın diyalog kurmasını sağlar. Eğer tasarım marka için ilgiyi yaratır, pazarlama ise kullandığı diğer iletişim kanalları ile markanın diyalog kurmasını sağlar desek o da mantıklı gelirdi değil mi? Yumurta mı tavuktan, tavuk mu yumurtadan misali.

Pazarlama ve tasarım aynı amaç uğruna savaştığı için sahip oldukları anlamı ya da yaptıkları işleri birbirinden ayırmak çok güç. Bu kitap ile hedefimiz şimdiye kadar iki ayrı dünyada var olmaya çalışan bu alanları bir araya getirmek!

Pazarlamacıların %92'sinin içerik pazarlama stratejileri yürüttüğü ve bu içerikler yaratılırken görsellerin ve tasarımların çok büyük bir öneme sahip olduğu düşünülürse, dijital pazarlama ve tasarım dünyalarının birleşme zamanı gelmiş demektir!

	Pazarlama	Tasarım
Bakış Açısı	Müşteri, Ürün / Hizmet, Organizasyon	Müşteri, Çözüm, Yenilik
Problem Türü	Nicel ve Nitel	Nitel
Süreç	Analitik, Deneysel, Çözüm Odaklı	Deneysel, Araştırma ve Keşif Odaklı

Pazarlamada Tasarımın Önemi

Vermek istediğimiz mesajın en dikkat çekici ögesi olmanın yanı sıra mesajın kaliteli bir şekilde iletilmesi için de önemlidir tasarım. Sadece bu da değil, tasarımın pazarlama stratejisindeki önemi saymakla bitmez ama biz deneyelim:

Tasarım, markayı anlatır.

Tasarım profesyonellikten uzak ve markanın vermek istediği ana mesaja uygun değilse, uzun yıllar süren çalışmalarını ve yaratılan iyi izlenimleri baltalayabilir. Buna karşın, iyi bir tasarım bir şirketin profesyonellik, kalite ve pazardaki konumuyla ilgili çok fazla anlam taşır.

Güçlü bir görünüm yaratır.

Güçlü bir görsel insanın aklında kalır. İstatistikler de bu konuda bizden yana, yazılı bir içeriğe kıyasla görsel olan bir içerik %94 daha fazla ilgi görüyor! Etkileyici bir tasarım her zaman dikkat çekiyor, güçlü bir görünüm yaratıyor ve güven uyandırıyor.

İyi bir tasarım mesajınızı hikayeleştirmeye yardımcı olur.

İyi bir görsel veya video sayesinde ürün ve hizmetlerinizin müşterilerinizin hayatını nasıl kolaylaştırdığını ya da nasıl işe yaradığını gösterebilirsiniz.

İyi bir tasarım ile daha çok görülür ve hatırlanırsınız.

En iyi kampanyaya bile kendini ne kadar gösterebiliyorsa o kadar iyi performans gösterir. Diğer içeriklerin yarattığı gürültüyü aşır öne çıkması, gürültüyü aşıttan sonra da doğru kitlenin dikkatini çekmesi ve tutması gerekir. Hedef kitlenize hitap eden bir tasarım ile akılda kalıcı bir kampanya oluşturmanız kolaylaşır.

Tasarım, dönüşümleri artırır.

Birçok insan tasarımın psikolojik etkisini küçümser. İnsanlar bir sayfada ilk veya en fazla nereye odaklanır, bir fotoğraf, renk veya yerleşim nasıl bir duygu uyandırır, bunlara odaklanıldığı zaman, başarılı bir şekilde tasarlanmış bir görsel dönüşümleri arttırabilir.

Tasarım, mesajlaşmaya yönlendirir.

İyi bir tasarım, vermek istediğiniz mesajı iletmekle kalmaz, cevap yazma isteği uyandırır ve müşteri ile karşılıklı bir konuşma yaratır.

Dijital Pazarlamada İyi Bir Tasarım,



Harekete geçmeye motive eder.

İstlenen harekete yönelik endişeleri azaltır.

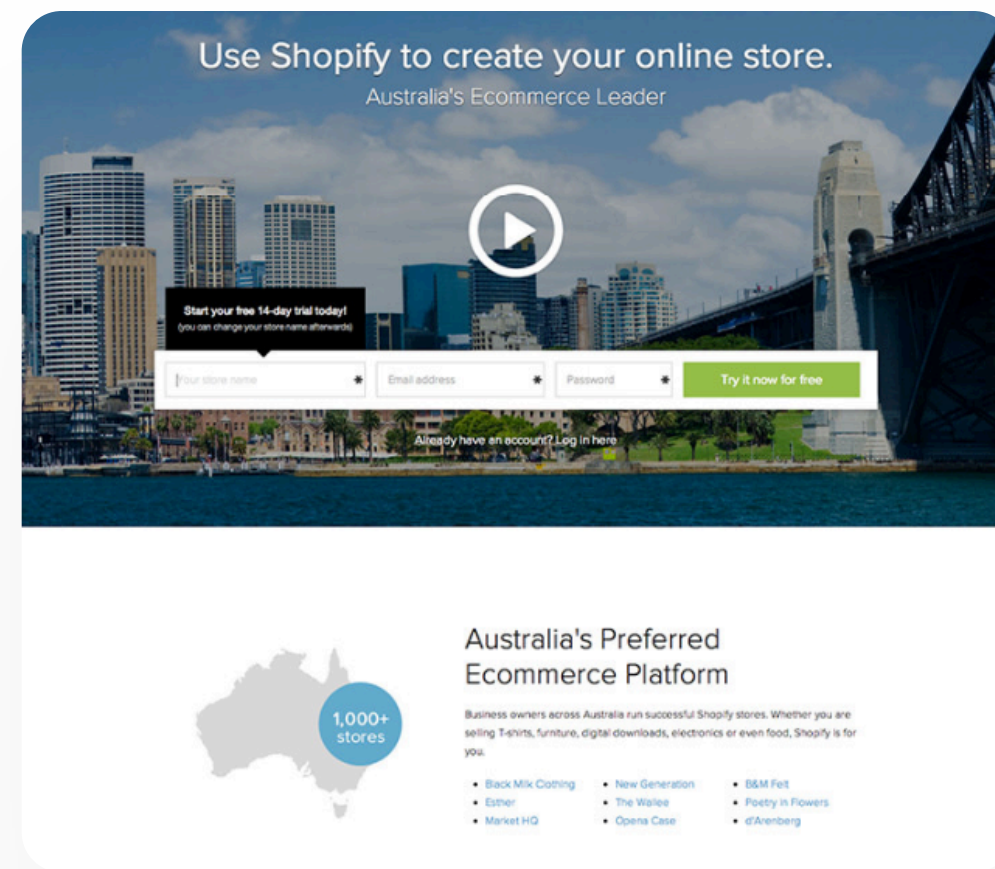


Dönüşüm için net ve kolay bir yol sağlar.

İyi Bir Tasarım Harekete Geçmeye Motive Eder

Hedeflediğiniz kesimin istediğiniz harekete geçmesini sağlamak için öncelikle ürün veya hedefiniz için bir istek uyandırmanız gerekir.

En basit seviyede bakarsak insanlar zevk almak ya da acıdan kaçınmak için belirli bir davranış sergiler. **Pazarlama açısından bakarsak, insanların ürün veya hizmetinizi tercih etmesi için onun nasıl işlerine yarayacağını ya da nasıl bir problemden kaçınmalarına yardımcı olacağını göstermeniz gerekir.**



Shopify'ın istek uyandırma yöntemi: Kişiselleştirme

Shopify ziyaretçilerinin lokasyonuna göre giriş sayfasını kişiselleştirerek ziyaretçilerini yerelleşmiş bir mesaj ile selamlıyor ve bu örnekte Shopify'ın Avustralya'nın tercih edilen e-ticaret platformu olduğunu gösteriyor. Böyle yaparak Shopify diğer Avusturya işletmelerinin de online dükkan oluşturma konusunda Shopify kullandığını söylüyor ve kullanıcıda istek uyandırmayı amaçlıyor.

Shopify'dan ne öğrenebiliriz?


Açılış sayfalarınızı, web sitenizi veya e-posta kampanyalarınızı okuyucularınızın özelliklerine göre kişiselleştirdikçe dönüşüm sağlama şansınız artar. Siz de kullandığınız kanalları kişiselleştirerek ve benzer kullanıcıların da sizi tercih ettiğini göstererek ürün ve hizmetinizin ne işlerine yaradığını ya da nasıl bir problemi çözdüğünü gösterin!

İyi Bir Tasarım Endişeleri Azaltır

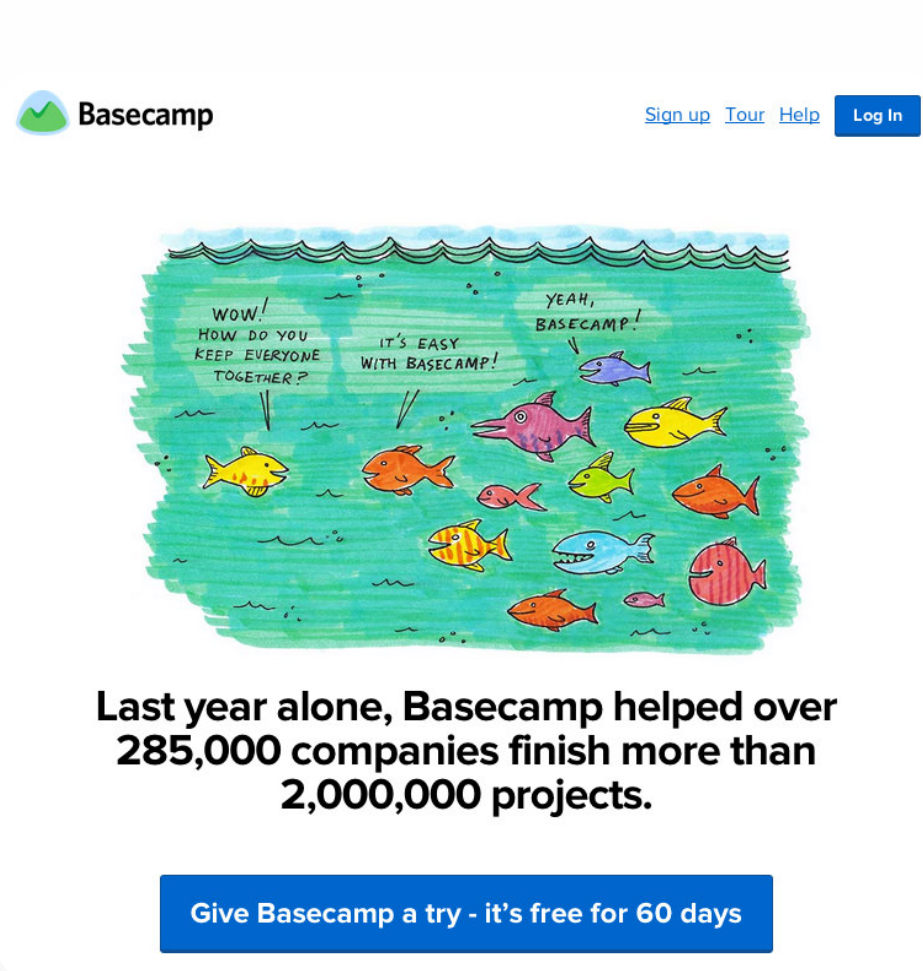
İstedığınız dönüşümün tamamlanması için öncelikle o harekete yönelik endişeleri azaltmanız gerekir. Bunun birkaç sebebi olabilir:

- Teklifinizin zamanına ve/veya parasına değmeyeceğine yönelik endişe,
- Ürününüzün veya hizmetinizin kendileri için doğru seçim olmadığına yönelik endişe,
- Ürününüzün veya hizmetinizin güvenilir olmadığına ya da iddia ettiklerinizi teslim edemeyeceğinize yönelik endişe,
- Ürününüzü satın almanın güvenli olmadığına yönelik endişe.

Bu endişeleri çözmek için yapmanız gereken şey ise kendinizi müşterilerinizin yerine koymak, bu endişeleri fark etmek ve çözüm aramak.



Basecamp



Basecamp

Sign up Tour Help Log In

WOW! HOW DO YOU KEEP EVERYONE TOGETHER? IT'S EASY WITH BASECAMP! YEAH, BASECAMP!

Last year alone, Basecamp helped over 285,000 companies finish more than 2,000,000 projects.

Give Basecamp a try - it's free for 60 days

Basecamp'in endişe azaltma yöntemi: İstatistikler

Proje yönetimi amacıyla kullanılan bir araç olan Basecamp, ürününü kullanan diğer işletmelerin tamamladığı proje sayısını göstererek kaydolmaya yönelik endişeleri azaltmayı amaçlıyor.

Basecamp, bunu yaparak sadece müşteri sayısını göstermenin ötesine geçiyor. Ürünün kendisi için uygun olmadığını düşünenlerin endişelerini, diğer işletmelerin amaçlarına (projeleri tamamlamak) ulaştığını göstererek aşmaya çalışıyor.

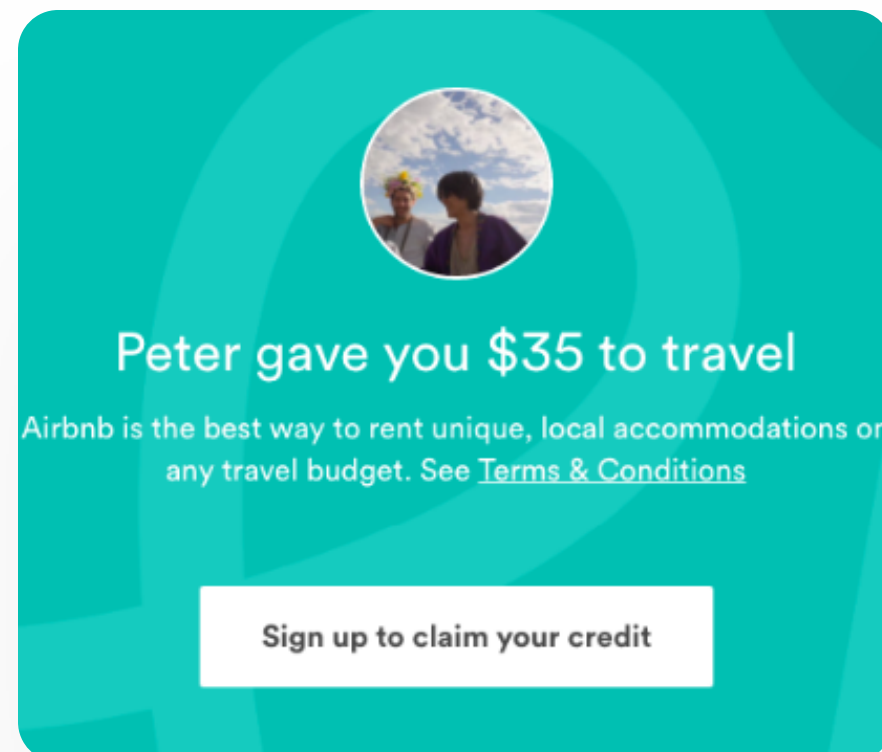
Basecamp'ten ne öğrenebiliriz?

Pazarlama içeriğinizi hazırlarken insanların ürününüzü kullanırken aldığı keyfi gösterin. Başka insanların aldıkları faydayı göstermeniz insanların akıllarındaki endişeleri silmeye yardımcı olur.

İyi Bir Tasarım Dönüşüm İçin Net ve Kolay Bir Yol Sağlar

Birinin istediğiniz hareketi gerçekleştirmesini istiyorsanız bunu onlar için olabildiğince kolay bir hale getirmeniz gerekir. Hatta Tüketici Psikoloğu Adam Ferrier'e göre dönüşümü arttırmanın en etkili yöntemlerinden biri kolaylığı arttırmaktır.

Ferrier kitabında bu konu ile alakalı bir araştırmadan bahsediyor. Araştırmada çikolata bazı kullanıcıların bulunduğu masaya yerleştirilirken, kalan katılımcıların 2 metre uzağına yerleştiriliyor. Çikolata masaya yerleştirildiği zaman, daha uzağına yerleştirilmesine kıyasla 5 kat fazla çikolata tüketiliyor!



AirBnb'nin dönüşümü kolaylaştırma yöntemi: Gerekli adımları azaltma

AirBnb'de hesap yaratma dönüşüm için gerekenlerin sadece yarısı. Bir kullanıcı sadece konaklama için rezervasyon yaptığı zaman gelir kazandırıyor. AirBnb bu dönüşümü arttırma amacıyla uygulamayı bir arkadaşının tavsiyesi ile kullanmaya başlayanların kaydolma işlemlerini yeniden tasarladı. Yeni tasarım ile manuel olarak girilmesi gereken adımlar (kayıt olanlara tanımlanan 35 dolarlık kredi gibi) otomatik hale getirildi. Bu özelleştirilmiş kayıt işlemi ile adımlar azaltıldı ve yönlendirilerek gelenlerin rezervasyon oranı %300 arttı!

AirBnb'den ne öğrenebiliriz?

Bir dönüşüm sürecindeki her adım insanların ayrılabilceği bir başka nokta anlamına gelir. Bu nedenle atılması gereken adımların azalması gerekir. Bunu yapma şekliniz dönüşüm amacınıza bağlıdır ancak siz hangi adımlardan kurtulabileceğinizi belirleyin ve bunları kaldırmak için elinizden geleni yapın.

Sosyal Medya ve Tasarım İlişkisi

Başarılı bir dijital görünüm için sosyal medya büyük bir öneme sahip. **Statista'nın yaptığı araştırmaya göre dünya üzerinde 2.77 milyar kişi sosyal medya kullanıyor!** Dünyada 7.7 milyar kişi olduğunu düşünecek olursak sosyal medyaya neden önem vermemiz gerektiğini anlayabiliriz.

140-280 karakterlik tweetler ve ondan da kısa kısa mesajlar sayesinde dikkat süremiz iyice azaldı. Azalan dikkat süresi ise kullanıcıların ilk izlenime daha fazla önem vermesine sebep oldu. **Dolayısıyla görsellerin heyecan verici veya dikkat çekici olması gerekiyor!**

2.77 milyar potansiyel müşteriye sahip bir platformdaki rekabeti tahmin edebiliyor musunuz? **Sosyal medyadaki tasarımlarınızın kendini göstermesi lazım!**

Sosyal Medya ve Tasarım İlişkisi

Peki sosyal medyada hedef kitlenizin ilgisini çekecek bir tasarım nasıl olmalı dersiniz [Design Pickle](#)'daki tasarımcıların bu konuda birkaç önerisi var!

Amaç ile başlayın!

Bir tasarımcı için amaç belirlemek başarılı bir tasarıma sahip olmanın ilk adımudur. Sosyal medyada bir paylaşım yapmadan önce 'Neden?' diye sormak yaratım sürecinin ilk ve en önemli adımudur, tüm tasarım öğeleri bu amacı yansıtmak için seçilir.

Sosyal medyada paylaşacağınız görseli hazırlatmadan önce kendinize şunları sorun:

- Bu tasarım için hedef kitlem kim?
- İdeal müşterilerim hangi sosyal paylaşım sitelerini düzenli olarak kullanıyor?
- Hedef kitlemim sosyal medyada içerik tüketmek için hangi cihazı kullanıyor?
- Bu tasarım ile vermek istediğim mesaj nedir?
- Bu tasarım ile hangi duyguyu oluşturmak istiyorum?
- Bu tasarımı gördükten sonra kullanıcıların ne yapmasını istiyorum?

Markanızın görsel kimliğini tanıyın!

Gelişmiş bir kullanıcı deneyimi sağlamak için markanızın görsel kimliğini bilmeniz gerekir. Bunun için yazı tipleri, renk şemaları, logo varyasyonlarını incelemekle başlayabilirsiniz.

Boyut önemlidir!

Her platform, farklı özellikte ve farklı türde olan görselleri gerektirir. Hangi platforma hangi boyutta görsel gerektiğini öğrenmek için [Netvent](#)'in 2019 Güncel Sosyal Medya Görsel Ve Video Boyutları infografiğini inceleyebilirsiniz.

İletmek istediğiniz mesajı görselde verin!

Çoğu insanın sosyal medya içeriklerine ayırdığı dikkat süresi çok kısadır, bu sebeple dikkatlerini çekmek ve mesajınızı olabildiğince çabuk iletmek için bunu olabildiğince az metinle, etkili bir şekilde görselde ekleyin.

İyi bir tasarımın arkasında iyi bir kontrast vardır!

Aydınlık ve karanlığın doğru dengesi hazırlayacağınız sosyal medya içeriğine hayat verecektir. Bunun için kontrasta sahip renk paletlerini inceleyebilirsiniz.

Web Sitesi Tasarımı ve Dijital Pazarlama İlişkisi

İşletmelerin, web sitelerini ara sıra bir nedenden dolayı yeniden tasarlamaları alışılmamış bir durum değil ancak yeni bir web sitesi tasarlanırken bunun dijital pazarlama stratejisi için ne kadar önemli olduğunun farkına varılması gerekiyor. **Kötü bir deneyim yaşamış olan ziyaretçilerin %88'inin o siteye dönmediği düşünülürse, bu önem verilmesi gereken bir konu!**

Genellikle yeniden tasarlama sonrası web sitesi eskisinden beter bir hal alır. Bunun sebebi ise tasarım yapılırken dijital pazarlama stratejisinin tamamını değil tek bir ögesini odak almasıdır. Yeni bir marka yaratmak ya da sitenin SEO potansiyelini geliştirmek gibi. Kaliteli bir web tasarımının dijital pazarlama stratejisi üzerinde inanılmaz bir etkisi olabilir.

Arama Motoru Optimizasyonu (SEO)

Web sitesini yeniden tasarlamamanın en yaygın sebeplerinden biri! SEO konusunda tasarımınızda önceliklendirmeniz gereken konular ise kopyası olan sayfaların yok edilmesi ve özel meta açıklamaları, alt etiketleri ve benzerlerini eksiksiz olarak siteye eklemek olmalı.

Kullanıcı Deneyimi (UX)

Web sitesinde gezinmek olabildiğince kolay ve site açılışı olabildiğince hızlı olmalı. Site hızı hem UX hem de SEO için önemli bir faktördür. Ayrıca siteyi gösterişli ama manasız görsellerle donatmak navigasyonu zorlaştıracaktır.

Dönüşüm Oranı Optimizasyonu (CRO)

Bu konuda öncelik ise otorite ve basitlikte! Bir web sitenin genel görünümü otorite açısından birçok anlama gelebilir. Web sitenin iyi bir görünüme sahip olması estetik açıdan olduğu kadar yetkinlik açısından da önemlidir. Tasarımınızın UX'i tatmin edecek kadar basit ancak CRO'yu da tatmin edecek kadar karmaşık olmasını sağlamalısınız.

Tıklama Başına Ödeme (PPC) Reklamcılığı

Teklif verdiğiniz anahtar kelimeye en iyi şekilde tasarlanmış açılış sayfaları oluşturmak, dönüşüm oranınızı artıracak ve tasarlama şeklinizde önemli bir rol oynayacaktır.

Dijital Pazarlamacıların Tasarım Konusunda Yaptığı Hatalar:

- İçerik oluşturmak için zaman harcamak, ancak bunu özel ve çekici bir görüntüyle desteklememek.
- Görseller için uygun bütçeye ayırmamak.
- Sosyal medya paylaşımlarına görsel koymamak.
- Mobili unutmak.
- Tek bir görseli uygunsuz bir şekilde kestikten sonra birçok sosyal medya platformunda paylaşmak.
- İçeriği ile tamamen ilgisiz, aşırı çarpıcı görüntüler kullanmak ya da yeterince heyecanlandırıcı olmayan stok görseller kullanmak.
- Amaçlarını anlamadan sadece görsel yaratmaya odaklanan bir tasarımcı ile çalışmak.

Tasarımcıların Dijital Pazarlama Konusunda Yaptığı Hatalar:

- Estetiğe çok odaklanıp işlevselliği göz ardı etmek.
- Kullanıcının deneyimini gerçekten anlamak için yeterli bilgiye veya içgörüyü sahip olmamak.
- Satış veya dönüşüm odaklı olmamak, hatta sonuçları hiç umursamamak.
- İçlerindeki sanatçının tasarımı ele geçirmesine izin vermek.
- (sanatsal yeteneklerinin, onları içerik veya metin ile ilgisi olmayan bir yöne götürmelerine izin vermek)
- Tasarım sürecine başlamadan önce bir projenin amacını araştırmamak.

Dijital Pazarlamacılar İçin Tasarım 101

13

İçerik oluşturma genellikle dijital pazarlamacıların sorumlulukları arasında sayılır. Bu sebeple iyi bir tasarımın arkasında yatan temel prensipleri bilmek daha iyi sonuçlar ortaya çıkmasını sağlayacaktır.

Kontrast:

Daha önce bahsettiğimiz gibi kontrast okuyucunun dikkatini yakalamak için elimizde olan çok önemli bir araç ve genellikle renk ile boyut kullanılarak kontrast yakalanıyor. Bunun için estetik görünümünden bir şey kaybetmeyen ve kontrasta sahip [renk paletlerinden](#) yararlanabilirsiniz.

Renklendirme:

Renklerin insan üzerindeki etkisi büyüktür. Farklı duygular uyandırabilir, eski anıları hatırlatabilir ya da harekete geçmeye yönlendirebilir. Bunun için renklerin birbirleri ile olan ilişkilerini [öğrenebilir](#), renklerin anlamlarını [araştırabilir](#), uyumlu renk paletlerini [bulabilir](#) ya da kendi paletinizi oluşturabilirsiniz.

Font:

Tasarımla ilgilenenlerin gözünü korkutan bir başka konu ise tipografi. Bu konuya, bilgilendirici [yazılar](#) ve [kitaplar](#) okumakla ya da uyumlu fontları [öğrenmekle](#) başlayabilirsiniz.

Boşluklar:

Çok fazla öge ile doldurulmuş bir görsel okuyucuyu yorar, böylece boşluklardan yararlanmak önem kazanır. Bunu sağlamak için görselde kullanacağınız yazıları kısa tutmanız ve görseldeki ögeler arasına yeterince boşluk bırakmaya özen gösterin.

Tekrar:

Renk, şekil, çizgi, metin ve yazı tipleri gibi ögelerin tekrarı bir mesajı güçlendirerek veya bir görünümü bütün haline getirerek bir reklam ögesini güçlendiriyor.

Hizalama:

Hizalama, reklam ögenize yapı ve düzen sağlar. İyi hizalanmış bir görsel sofistike ve profesyonel görünür. Hizalamada hata olduğunda ise özensiz ve sıkıcı bir görünüm oluşur. Yazıları ortalamak simetrik bir görünüm evde etmek için yapılabilecek en kolay hizalama yöntemidir ancak fazla güvenli ve sıkıcı sayılabilir. Ortalamak en çok başlıklarda ve kısa metinlerde kullanılır.

Yakınlık:

Bu ilkede ögelerin nasıl gruplandığı önemlidir. Bu gruplandırmada alakalı olanlar birbirinin yakınına yerleştirilmelidir. Alakasız kelimeleri veya ögeleri beraber gruplamak okuyucular için karmaşık olacaktır ve odağı dağıtacaktır.

Dijital Pazarlamacıların Kullanabileceği Kaynaklar

Peki tasarım alanına yönelmek isteyen bir dijital pazarlamacı için hangi kaynakları öneriyoruz?

Stok Görseller

İyi bir içerik üretmek için internette birçok stok görsel sitesi mevcut ancak bunlardan en iyilerini sıralamak gerekirse ücretsiz olarak [Death to the Stock Photo](#), [PicJumbo](#) ve [Unsplash](#) sitelerini, ücretli olanlardan ise Shutterstock'ü önerebiliriz

Görselleri Özelleştirebilen Araçlar

Bahsettiğimiz üzere bazı durumlarda stok görseller etkisiz hatta itici kalabiliyor. Böyle durumlarda kullanmak için Photoshop veya Illustrator gibi güçlü araçlar bulunsa da başlangıç seviyesi için zor kalabilir. Bunun yerine pazarlamacıların kullanımı için kolay bir şekilde güzel görüntüler üretebilen [Canva](#), [Placelt](#) ya da video üretimi için [Graphub](#) araçlarını kullanabilirsiniz.

İkonlar

Beynimiz, metinlere kıyasla görselleri 60.000 kat daha hızlı [işliyor](#). Neden bundan yararlanmak için e-posta kampanyalarımızda ya da web sitelerimizde ikon setlerini kullanmayalım?

Tarayıcı Uzantıları

Web sitenize ekstra işlevler kazandırmak için bu ücretsiz kaynaklardan yararlanmanız gerek! WhatFont eklentisi ile seçtiğiniz web sitelerinin fontunu kolayca öğrenebilir, Ruler ile seçeceğiniz yerin piksellerini bulabilir veya Browser Resize ile web sitenizi değişik cihazların ekran boyutlarında görüntüleyebilirsiniz.

Sonuç

Dijital pazarlama çağımızın en hızlı gelişen endüstrilerinden biri. Bu gelişim ve değişim iş tanımlarının sabit kalmasını engelliyor ve daha iyi stratejiler için birçok farklı iş alanı ile birleşmesini gerektiriyor.

Bunların en önemlilerinden biri ise tasarım ile dijital pazarlama birlikteliği.

Bu iki disiplin zaman geçtikçe ayrılamaz hale geliyor. Bir dijital pazarlamacı görsel, video ve infografik gibi tasarımların nasıl oluştuğunu anlamadan, tasarımcı da dijital pazarlama stratejisinin nasıl oluşturulduğunu anlamadan işlerini bir noktaya kadar ilerletebiliyorlar.

Dijital pazarlama ve tasarım arasındaki ayrım birkaç yıl önce hissediliyor olsa da bu durum günümüzde kapanmak üzere. **Sınırın hangi tarafında olursanız olun iki tarafın becerilerine de aşına değilseniz yakında büyük problemlerle karşılaşacaksınız!**

Okuduđunuz İçin Teşekkürler!

İster kendini tasarım alanında geliştirmek isteyen bir dijital pazarlamacı olun, ister dijital pazarlama alanında gelişmek isteyen bir tasarımcı, Netvent'te herkese uygun bir e-kitap bulmak mümkün!

[2019 Dijital Pazarlama Trendleri](#)

[2018 Tasarım Araçları Araştırması](#)

[2019 Instagram Ve Facebook Reklamcılığı Raporu](#)

Kaynaklar

HubSpot, The Importance of Design in All Marketing Campaigns <https://blog.hubspot.com/agency/the-importance-of-design-in-all-marketing-campaigns>

DigiPerform, Role Of Graphic Designing In Digital Marketing World <https://digiperform.com/role-graphic-designing-marketing-world/>

Campaign Monitor, Better Marketing with Beautiful Design <https://www.campaignmonitor.com/resources/guides/better-marketing-results/>

Inc, 6 Ways to Use Design to Make Your Marketing Better <https://www.inc.com/thomas-a-stewart-patricia-oconnell/6-ways-to-use-design-to-make-your-marketing-better.html>

Design Pickle, 9 Social Media Graphic Design Tips (From Actual Graphic Designers) <https://designpickle.com/9-social-media-graphic-design-tips>

Smart Insights, Improving your Social Media campaigns using Graphic Design <https://www.smartinsights.com/social-media-marketing/facebook-marketing/social-media-graphic-design/>

Digital Venture Design, The Importance of Quality Web Design in Digital Marketing Strategy <https://digitalventuredesign.com/the-importance-of-quality-web-design-in-digital-marketing-strategy/>

Vulpine, Digital Marketing vs Graphic Design – When Industries Collide <https://vulpineinteractive.agency/digital-marketing-and-graphic-design-collide/>

Stella Rising, Visual Design for Digital Marketers: The Basics <https://www.stellarising.com/blog/2016/04/18/basics-of-visual-design-for-digital-marketers>



netvent

