

Dönüşümler Rehberi





Bu rehber nasıl kullanılır?

Reklam Yöneticisi'nde yeni bir dönüşüm kampanyası oluşturacağınız zaman bu adım adım rehberi kullanın.

Meta en iyi uygulamaları, rehberde aşağıdaki simge ile gösterilmiştir.

Gerekl tavsye

Meta, mümkün olan en güçlü dönüşüm kampanyasını oluşturmanız için bu en iyi uygulamayı izlemenizi önemle tavsiye eder.

Başlangıç


1. Adım: Yeni bir kampanya oluşturun

- [Reklam Yöneticisi](#)'ne gidin ve **+Oluştur**'u seçin.
- Kampanya amacınız olarak **Dönüşümler**'i seçin. Devam'a tıklayın.

Kampanya Amacı Seç

Bilinirlik	Değerlendirme	Dönüşüm
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/> Dönüşümler
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> Katalog satışları
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> Mağaza trafiği

Kampanya düzeyinde tavsiyeler

 Kampanya düzeyi

 Reklam seti düzeyi

 Reklam düzeyi

2. Adım: Kampanya adı, Özel Reklam Kategorileri ve Kampanya detayları

- Kampanyanıza bir ad verin ve varsa bir özel reklam kategorisi seçin.
- **Satın alma türü Açık artırma** olarak kalsın.
- Kampanya amacı, **Dönüşümler** olarak kalsın.

The screenshot shows a form with three main sections:


- Kampanya adı:** A text input field containing "Yeni Dönüşümler Kampanyası".
- Özel Reklam Kategorileri Kategoriler:** A dropdown menu currently showing "Bildirilen kategori yok".
- Kampanya detayları:** A section with three options: "Satın alma türü" (set to "Açık artırma"), "Kampanya amacı" (set to "Dönüşümler"), and "Dönüşümler".


3. Adım: Kampanya Bütçesi Optimizasyonu

- **Kampanya Bütçesi Optimizasyonu'nu açık** konuma getirin.
 - Kampanya Bütçesi Optimizasyonu, hesaplar ideal olarak ayarlandığında en iyi performansı gösterdiği için bu seçimi yaparsanız, reklam seti çıkışmasından kaçındığınızdan emin olun.
- Bütçenizi belirlemek için bu formülü kullanın: Önceki kampanyalarınızdan sonuç başına ortalama ücreti alın ve 50 ile çarpın. Elde ettiğiniz sayı, sizin için tavsiye edilen minimum haftalık bütçedir. Örneğin, sonuç başına ücretiniz genellikle 10 TL ise, haftalık bütçeniz her bir reklam seti için en az 500 TL olacaktır.
- **★ Kampanya teklif stratejiniz için en düşük ücret'i seçin.**
 - En düşük ücret teklif stratejisi, bütçenizden elde edebileceğiniz dönüşümleri en üst düzeye çıkarır; bu nedenle Meta, bir dönüşüm kampanyası oluştururken bu seçeneği tavsiye eder. Teklif stratejisi seçme hakkında daha fazla bilgi alın.

The screenshot shows the "Kampanya Bütçesi Optimizasyonu" section with a toggle switch set to "Açık". Below it, there is a "Kampanya Bütçesi" section with a "Günlük Bütçe" dropdown menu and a slider. At the bottom, there is a "Kampanya teklif stratejisi" section with the option "En yüksek değer veya en düşük ücret" selected.

Reklam seti düzeyinde tavsiyeler

 Kampanya düzeyi

 Reklam seti düzeyi

 Reklam düzeyi

4. Adım: Olay konumu ve Piksel

- Olay konumunuzu **İnternet Sitesi** olarak ayarlayın.
- **Dönüşüm Olayı**'ni açılır menüden seçin. Seçtiğiniz olay, hedef kitlenizin internet sitenizi ziyaret ettiklerinde gerçekleştirmelerini istediğiniz eylemdir ve en iyi sonuçlar için bir standart olay seçmeniz gerekir. Standart olayların tam listesine göz atın ve bunları internet sitenize nasıl ekleyeceğinizi öğrenin.
 - İnternet sitenizde pikselin her hafta en az 50 kez harekete geçtiği bir olay seçmeyi deneyin.

Dönüşüm

Dönüşüm olayı konumu

İnternet Sitesi

Piksel

Pikseliniz

Dönüşüm Olayı

Bir olay seçin x

- Alışveriş
- Sepete ekleme
- İçerik görüntüleme
- Kaydı tamamlama

5. Adım: Dinamik kreatif

- **★ Dinamik kreatif**'i açın.
 - Görseller ve başlıklar gibi kreatif öğeleri sağladığınızda, Reklam Yöneticisi hedef kitleniz için optimize edilmiş kombinasyonları otomatik olarak oluşturacaktır.

Dinamik kreatif Açık

6. Adım: Optimizasyon ve yayın

- **★ Reklam yayını için optimizasyon**'u dönüşümler olarak ayarlayın.
- **★ İlişkilendirme ayarı**'nı 7 günlük tıklama olarak ayarlayın.

Optimizasyon ve yayın

Reklam yayını için optimizasyon

Dönüşümler

İlişkilendirme ayarı ⓘ

Tıklamadan sonra 7 gün veya görüntüledikten sonra 1 gün

7. Adım: Bütçe ve Plan

- Bütçenizi henüz belirlemediyseniz, ne kadar harcama yapmanız gerektiğini hesaplamak için 3. Adımdaki formülü kullanın.
- Reklamınız için başlangıç ve bitiş tarihi seçin. Meta, bir kampanyayı en az 7 gün yayınlamanızı tavsiye eder.

Bütçe ve plan

Bütçe ⓘ

Günlük Bütçe ▾

Başlangıç tarihi

24 Şubat 2022 🕒 13:54

Pasifik Saati

Bitiş · İsteğe Bağlı

8. Adım: Hedef kitle

- Yayın sisteminin, reklamınızın gösterileceği en iyi kişileri bulabilmesi için hedef kitle büyüklüğünüzü 2-10 milyon arasında tutmaya çalışın. Tahmini hedef kitle büyüklüğünü görmek için **Hedef kitle tanımı**'na göz atın.
- En iyi müşterilerinize benzeyen yeni kişilere erişmek için **benzer hedef kitle**'yi göz önünde bulundurun. [Benzer hedef kitleler hakkında daha fazla bilgi alın.](#)
- **Detaylı hedefleme genişletme**'nin açık olduğundan emin olun.

Hedef kitle tanımı

Hedef kitle seçiminiz oldukça geniş.

Dar Geniş

Tahmini hedef kitle büyüklüğü: 2.900.000 - 3.500.000


9. Adım: Reklam alanları

- **★ Otomatik reklam alanları**'nı seçin. Otomatik reklam alanları, bütçenizi en üst düzeye çıkarır ve reklamlarınızı daha fazla kişiye göstermeye yardımcı olur. Yayın sistemi, reklam setinizin bütçesini en iyi performans gösterebileceği yere bağlı olarak alanlarına dağıtacaktır. [Reklam alanlarınızın performansını nasıl ölçeceğinizi öğrenin.](#)
- Otomatik reklam alanlarını seçmezseniz, Meta en az 6 reklam alanı kullanmanızı tavsiye eder.

Reklam alanları

Otomatik reklam alanları (tavsiye edilen)

Reklam düzeyinde tavsiyeler

 Kampanya düzeyi

 Reklam seti düzeyi

 Reklam düzeyi

10. Adım: Reklam adı ve Kimliği

- Reklamınıza bir ad verin.
- Facebook Sayfanızı ve varsa Instagram hesabınızı seçin.

Reklam adı

Yeni Dönüşümler Reklamı

Kimlik

Facebook Sayfası

Sayfanız

Instagram hesabı

Seçili Sayfayı kullan veya Hesabı bağla

11. Adım: Reklam kurulumu ve kreatif

- İsteddiğiniz reklam formatını seçin.
- İsteddiğiniz medyayı seçin.
 - Daha göz alıcı oldukları ve reklamınızı daha ilgi çekici hale getirdikleri için videolar tavsiye edilir. Videonuz yoksa, **Medya** kısmında **Video Oluştur**'u seçerek mevcut görsellerinizle bir video oluşturmayı deneyin.
- O anda reklamın nasıl görüldüğünü görmek için Önizleme'yi açın. Reklamın Akışlar, Hikayeler ve Reels gibi farklı reklam alanlarında nasıl görüneceğini görebilirsiniz.
- **Kreatif Her Bir Kişi İçin Optimize Edilsin**'i açın.
 - Bu ayar reklamınızı otomatik olarak geliştirir ve hedef kitlenizin her bir üyesine reklamınızın en iyi sürümünü gösterir. Bu, genel kampanya performansınızı artırmaya yardımcı olabilir.

Reklam kurulumu

Format

Tek görsel veya video

Döngü

Medya

Görsel seç Video seç Video Oluştur

Kreatif Her Bir Kişi İçin Optimize Edilsin

12. Adım: Reklam metni, yönlendirme hedefi ve eylem çağrısı

- **Ana metin ve başlık:** Kesilmemesi için metninizi kısa tutun. Hedef kitleye sunduğunuz şeyin değerini öne çıkardığınızdan emin olun. Açıklama eklemek isteğe bağlıdır ama eklerseniz, kısa ve öz tutun.
- **İnternet Sitesi URL'si:** İnsanların reklamınıza tıkladıklarında internet sitenizde tam olarak ziyaret etmelerini istediğiniz konumu seçin. URL'nin doğru ve çalışır durumda olduğundan ve ziyaretçilerinizin sayfanıza geldiklerinde kolayca eylem gerçekleştirebildiklerinden emin olmak için kontrol edin.
- **Eylem Çağrısı:** Hedef kitlenizin gerçekleştirmesini istediğiniz eyleme uygun bir eylem çağrısı seçin. Örneğin, internet sitenizde bir şey satın almalarını istiyorsanız, eylem çağrınız olarak Şimdi Alışveriş Yap'ı seçin.

Ana metin

Başlık · İsteğe Bağlı

İnternet Sitesi URL'si

Eylem Çağrısı ⓘ

Tebrikler!

Yayınla düğmesine basmaya hazırsınız.

Zamanınız yok mu? Tavsiyelerin tam listesini aşağıda görebilirsiniz.

- ✓ **Kampanya bütçesi optimizasyonu**'nu açın
- ✓ **Kampanya teklif stratejisi**'ni en düşük ücret olarak ayarlayın
- ✓ Haftalık piksel harekete geçme sayısı en az 50 olan bir **piksel olayı** seçin
- ✓ **Dinamik kreatif**'i açın
- ✓ **Reklam yayını için optimizasyon**'u dönüşümler olarak ayarlayın
- ✓ **İlişkilendirme ayarı**'nı tıklamadan sonra 7 gün olarak ayarlayın.
- ✓ **Otomatik reklam alanları**'nı açın

Hâlâ sorularınız mı var?

Reklam verme hedeflerinizi karşılamanıza yardımcı olacak eğitim ve kaynaklar için www.facebook.com/business adresini ziyaret edin.