

DİJİTAL REKLAMCI NASIL OLUNUR?

Meta, Google, LinkedIn, TikTok, YouTube ve Yapay Zekada
Reklam Vermenin İşleyiş Kitabı

2027 Trendleri ve Mesleğin Geleceği



Cumhur Küçükkahveci
2026



Bu kitap size ne kazandıracak?

Reklam hazırlığından müşteri raporuna uzanan bir çalışma düzeni.

Bir reklamı yayınlamak başlangıçtır. Hangi iş sonucunu aradığınızı, onu nasıl ölçeceğinizi ve müşteriye nasıl açıklayacağınızı da bilmeniz gerekir.

01 İşletmeyi anlamak

Müşteri görüşmesini brief ve hedef kartına dönüştürmek.

02 Kampanyayı hazırlamak

Kanalı, mesajı, hedef sayfayı ve bütçe sınırını birlikte kurgulamak.

03 Ölçümü kontrol etmek

Tıklama, başarılı form, nitelikli talep ve satış arasındaki farkı görmek.

04 Yapay zekayla çalışmak

ChatGPT komutlarını kullanmak; taslak, araç yetkisi ve yayın onayını ayırmak.

05 Sonucu açıklamak

Excel örnekleriyle maliyeti, ROAS'ı, iadeyi ve ticari sonucu yorumlamak.

06 Müşteriyle çalışmak

Hizmet kapsamını, fiyatlandırma yöntemini, sözleşmeyi ve teslimi düzenlemek.

Kimler için?

Mesleğe yeni başlayanlar, çalışma düzenini geliştirmek isteyen reklamcılar ve aldığı hizmeti daha iyi değerlendirmek isteyen işletme sahipleri için.

Kitabın içinde neler var?

26 bölüm · 114 sayfa · 2026 / Sürüm 1.3

01	Reklamcı neyin sorumluluğunu alır?	6
02	İşletmeyi anlamadan kampanya kurulmaz	8
03	Hangi sonucu büyütmek istiyoruz?	10
04	Ölçümün temeli	13
05	Reklam hesabını adım adım kurmak	15
06	GA4, Tag Manager ve izinli ölçüm altyapısı	17
07	Reklam mesajı ve kreatif üretimi	21
08	Bütçe ve deneme planı	25
09	İyi sonucu büyütmek ve ölçekleme sınırları	27
10	Meta'da reklamın işleyişi	30
11	Google Search, Shopping, YouTube ve Performance Max	32
12	Linkedin ve B2B müşteri kazanımı	35
13	Maps ve yerel işletme reklamları	38
14	TikTok'ta video, otomasyon ve ölçüm	39
15	Microsoft Advertising ve Yandex	40
16	Reklamdan satışa veri döngüsü	42
17	Rapor okumak ve doğru müdahale etmek	44
18	Müşteriyle çalışmak ve güven kurmak	51
19	İlk uygulama projesi ve uzmanlaşma	53
20	İlk müşteriyi bulmak, teklif vermek ve hizmetinizi fiyatlandırmak	55
21	2027 ve sonrası - Reklamcılığın yeni işleyişi	60
22	ChatGPT ve eklentilerle Google ve Meta reklam kurulumu	62
23	Meta veya Google reklam hesabı kapanırsa	75
24	Freelance ve ajans için reklam sözleşmesi örnekleri	78
25	Dijital reklamın gözden kaçan incelikleri	82
26	Kendinizi test edin. 30 soruda dijital reklam uzmanı mısınız?	84

Ayrıca uygulama defteri, sıkça sorulan sorular, terimler sözlüğü ve kaynaklar.

Sağdaki numaralar tam kitabın sayfa numaralarıdır.

Örnek 1 — En ucuz form her zaman en iyi müşteri değildir

EĞİTİM SENARYOSU — KURGU VERİ

	A	B	C	D	E	F
1						
2	Müşteri taleplerinin niteliği					
3	<i>Kurgu veri. Gerçek reklam veya müşteri sonucu değildir.</i>					
4	<i>Örnek dönem 1-7 Ekim 2026. Rapor tarihi 12 Ekim 2026. Para birimi TL.</i>					
5	Harcama (TL)	7,800.00	Form	90	Nitelikli	33
6	CPL (TL)	86.67	CPQL (TL)	236.36	Nitelik oranı	36.7%
7						
8	Kampanya	Harcama (TL)	Form	Nitelikli talep	Form maliyeti (TL)	Nitelikli talep maliyeti (TL)
9	Meta kullanım	2,400	40	8	60.00	300.00
10	Meta ölçü	1,800	20	10	90.00	180.00
11	Search masa	3,600	30	15	120.00	240.00
12	Toplam	7,800	90	33	86.67	236.36
13						
14	<i>Ucuz form ile düşük nitelikli talep maliyeti aynı değildir.</i>					
15	<i>Meta kullanım: 60 TL/form, 300 TL/nitelikli talep. Meta ölçü: 90 ve 180 TL.</i>					

Şekil 17.1. Kurgu verilerle hazırlanmış Excel raporu. CPL form başına maliyeti, CPQL nitelikli talep başına maliyeti gösterir.

Örnek işletme açılır masa satıyor. Nitelikli talep, hizmet verilen bölgede bulunan, ürünün ölçülerini inceleyen ve gerçek teklif isteyen kişi olarak tanımlanmış. Bu tanım bir satış garantisi değildir. İşletme başka bir nitelik tanımı kullanacaksa rapor başlamadan önce yazılı hale getirir.

Meta kullanım kampanyası 2.400 TL harcayıp 40 form toplamış. Form maliyeti 60 TL. Bu formların sekizi nitelikli. Nitelikli talep maliyeti 300 TL.

Meta ölçü kampanyası 1.800 TL harcayıp 20 form toplamış. Form maliyeti 90 TL. On form nitelikli. Nitelikli talep maliyeti 180 TL.

Search masa kampanyası 3.600 TL harcayıp 30 form toplamış. Form maliyeti 120 TL. On beş form nitelikli. Nitelikli talep maliyeti 240 TL.

Sadece form maliyetine bakınca ilk Meta kampanyası öne çıkıyor. Nitelikli talep maliyetinde ise ikinci Meta kampanyası daha iyi görünüyor. Aynı veriden iki ayrı karar çıkmasının nedeni, iki ayrı sonuç ölçmemiz.

Hesap basittir. Form maliyeti = harcama ÷ form sayısı. Nitelikli talep maliyeti = harcama ÷ nitelikli talep sayısı. Nitelik oranı = nitelikli talep ÷ form sayısı.

İlk kampanyada $2.400 \div 40 = 60$ TL. Ardından $2.400 \div 8 = 300$ TL. Nitelik oranı $8 \div 40 =$ yüzde 20. İkinci kampanyanın nitelik oranı yüzde 50. Rakamı düzgün yazmak kadar hangi paydanın kullanıldığını bilmek de gerekir.

Bu örnekte toplam 7.800 TL harcama, 90 form ve 33 nitelikli talep var. Toplam form maliyeti 86,67 TL, nitelikli talep maliyeti 236,36 TL. Kampanya maliyetlerinin basit ortalamasını almadık. Toplam harcamayı toplam sonuca böldük.

Gerçek çalışmada platformların dönüşüm sayılarını böyle rahatça toplamayın. Aynı kişi hem Meta hem Google tarafından kendine atfedilmiş olabilir. Bu kurgu tabloda satırlar birbirinden ayrı kabul edildi. Gerçek müşteri raporunda tekil müşteri kaydı, kaynak tanımı ve mükerrer kayıt kontrolü gerekir.

Okumaktan uygulamaya

Tam kitapla birlikte kullanabileceğiniz çalışma dosyaları.

Excel rapor örnekleri

Form ve nitelikli talep maliyeti; sipariş, iptal, iade ve katkı hesapları. Formülleri inceleyip kendi verinizle çalışabilirsiniz.

Düzenlenebilir uygulama defteri

Brief, hedef, ölçüm, kreatif, bütçe, yayın kontrolü ve karar kayıtları için doldurulabilir çalışma formları.

Kitap içindeki uygulama örnekleri

ChatGPT promptları, adım adım hazırlık akışları, freelance ve ajans sözleşme taslakları, açıklamalı 30 soruluk değerlendirme testi.

Bu örnekte ne gördünüz?

Bir sonraki kararın yalnızca en ucuz forma bakılarak verilemeyeceğini anlatan gerçek bir kitap sayfası. Sayfadaki rakamlar açıkça işaretlenmiş eğitim verileridir; yaşanmış müşteri sonucu değildir.

Tam sürüm

114 sayfalık kitap, Excel rapor örnekleri ve düzenlenebilir Word uygulama defteri birlikte hazırlanmıştır. Bu ücretsiz dosya tam kitabın ve eklerin yerine geçmez.

Kitabı satın almak için tıklayınız

<https://www.shopier.com/smup/51844694>

Cumhur Küçükkahveci · 2026