

ÜCRETSİZ KONTROL LİSTESİ

Reklam bütçenizi *boşa harcatan* 10 hata

Google Ads ve Meta Ads hesaplarında bütçeyi sessizce eriten hatalar çoğu zaman teknik değildir; gözden kaçan küçük ayarlardır. Bu listeyle kendi hesabınızı yaklaşık 10 dakikada kontrol edebilirsiniz.

1. Hesabınızı açın

Google Ads, Meta Reklam Yöneticisi ve GA4 aynı anda açık olsun.

2. Kutuları işaretleyin

Her maddedeki kontrolü yapın; sorun yoksa kutuyu işaretleyin.

3. Boş kalanlara odaklanın

İşaretlenmeyen her madde, bütçenin sızdığı bir yer olabilir.

01

Dönüşüm ölçümü olmadan reklam açmak

Ölçülmeyen bir kampanya kör optimize edilir: algoritma kimin müşteri olduğunu bilmeden harcamaya devam eder.

- ☐ **Kontrol:** Form gönderimi, telefon araması ve WhatsApp tıklaması reklam hesabında dönüşüm olarak sayılıyor mu?

02

Sayfa görüntülemeyi dönüşüm saymak

"Teşekkürler" ya da "İletişim" sayfasının görüntülenmesi, gerçek bir talep olduğu anlamına gelmez. Rakamlar şişer, karar yanlış verilir.

- ☐ **Kontrol:** Birincil dönüşümleriniz bir sayfa görüntüleme değil, gerçek bir eylem mi?

03

Arama terimlerine hiç bakmamak

Geniş eşlemeli kelimeler, işinizle ilgisi olmayan aramalarda da reklam gösterebilir. Negatif kelime listesi yoksa bu harcama her gün tekrarlanır.

- ☐ **Kontrol:** Son 30 günün arama terimleri raporunu incelediniz ve alakasız terimleri negatif listeye eklediniz mi?

04

Küçük bütçeyi çok kanala bölmek

Aynı bütçeyi Google, Meta ve TikTok'a dağıtmak hiçbir kanalın anlamlı veri üretmesine izin vermez.

- ☐ **Kontrol:** Her kanal, öğrenme için yeterli günlük bütçeye sahip mi? Değilse tek kanala odaklanın.

05

Konum ayarını varsayılanda bırakmak

Google Ads'te varsayılan seçenek, hedef bölgeye "ilgi gösteren" ama orada olmayan kişilere de reklam gösterebilir.

- ☐ **Kontrol:** Yerel bir işletmeyseniz konum seçeneği "bu konumda bulunan veya düzenli olarak bulunan kişiler" mi?

06

Her reklamı ana sayfaya göndermek

"Perde dikimi" arayan kişiyi ana sayfaya göndermek, aradığını bulmak için ona bir iş daha yükler. Her ek tık, kaybedilen bir müşteri ihtimalidir.

☐ **Kontrol:** Her reklam grubu, arandığı konuya doğrudan cevap veren bir sayfaya mı gidiyor?

07

Mobil sayfa hızını ölçmemek

Reklam tıklamalarının büyük kısmı telefonda gelir. Yavaş açılan bir sayfa, ödenmiş tıklamayı daha sayfa yüklenmeden kaybettirir.

☐ **Kontrol:** Açılış sayfanızı PageSpeed Insights'ta mobil için test ettiniz mi?

08

Kreatif yorgunluğunu izlememek

Meta'da aynı görseli aynı kişiye defalarca göstermek maliyeti yükseltir, tıklamayı düşürür.

☐ **Kontrol:** Reklam setlerinin sıklık (frequency) değerine ve tıklama oranındaki düşüşe haftalık bakıyor musunuz?

09

Önerileri otomatik uygulamak

Google Ads önerilerinin otomatik uygulanması, bütçe ve hedeflemede siz fark etmeden değişiklik yapabilir.

☐ **Kontrol:** "Önerileri otomatik uygula" ayarları kapalı ve öneriler tek tek değerlendiriliyor mu?

10

Kampanya ömrü bütçesiyle test etmek

Toplam bütçe, harcamanın birkaç güne ya da tek bir güne yığılmasına yol açabilir. Test aşamasında harcamayı kontrol etmek zorlaşır.

☐ **Kontrol:** Test kampanyalarınız günlük bütçeyle mi çalışıyor?

Boş kalan kutular mı var? *Birlikte bakalım.*

Hesabınızı ücretsiz inceleyip nerede bütçe ya da müşteri kaybettiğinizi yazılı olarak paylaşalım. Hesaplar sizin adınıza kalır.

adsaturn.com/iletisim

WhatsApp: +90 545 312 80 30