



HAPPY education
academy

> EĞİTİM AKIŞI

➤ Genel Bakış

- Google Ads Nedir?
- Google Reklam Örnekleri
- Hedefe Nasıl Ulaşılır?
- Google Ads Hesap Açılışı
- Kampanya Yapısı
- Google Ads Hedefleri
- Panel Yapısı

➤ Arama Ağı Reklamları

- Kampanya Oluşturma
- Teklif Stratejileri
- Key metrikler
- Negatifleme
- Bid Adjustment
- Optimizasyon

➤ Görüntülü Arama Ağı Reklamları

- Kampanya Oluşturma
- Hedefleme Seçenekleri

> EĞİTİM AKIŞI

- Video Reklamları (Youtube)
- Discovery (Keşif) Kampanyaları
- Universal App Reklamları
- Dönüşümler Nedir ve Ne İşe Yararlar?
- Ads Editor Paneline Genel Bakış
- Google Ads Rapor Ekranları
- Kural (Rule) Tanımlamaları
- Genel Google Ads Politikaları



GOOGLE ADS NEDİR?

Google Ads, Google tarafından sunulan ücretli bir çevrimiçi reklamcılık platformudur.

Hangi Platformlarda Çalışır?



Google Arama Ağı

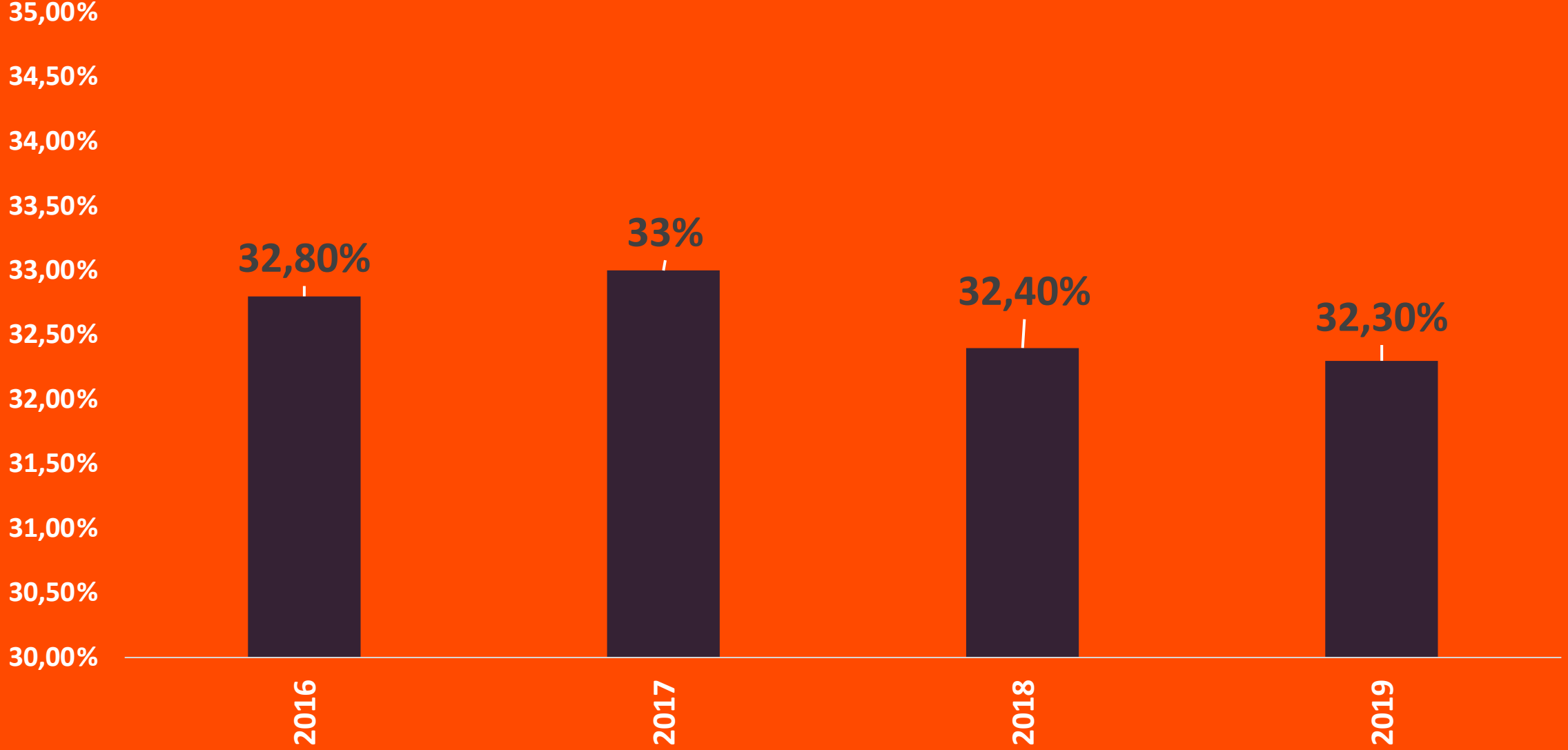


İnternet Üzerindeki
Web Siteleri, Mobil
Uygulamalar



Youtube

Google Ads'in Tüm Dijital Reklam Harcamalarındaki Payı



GOOGLE ADS ÖRNEKLERİ

Arama Ağı Reklamları

Google

dominos

All

Maps

Images

News

Videos

More

Settings

Tools

About 348'000'000 results (0.70 seconds)

Ad · www.dominos.com.tr/

Domino's'ta 3 Al 1 Öde Fırsatı | Sıcak Sıcak Kapınıza Gelsin

Domino's'da 3 Al 1 Öde Fırsatıyla Sipariş Verin, Sıcacık Pizzalar Hemen Kapınıza Gelsin. Pizzalarda Fırsatları Kaçırmanın, Hemen dominos.com.tr'den Sipariş Verin. 30 Dakikada Kapıda. Gece 2'ye Kadar Lezzet. Online Ödeme Kolaylığı. Tek Tık'la Kolay Sipariş.

İstanbul · 20 locations nearby

3 Al 1 Öde Fırsatı

Domino's Pizza'da 3 Al 1 Öde Fırsatıyla Hemen Sipariş Verin

Domino's Pizza

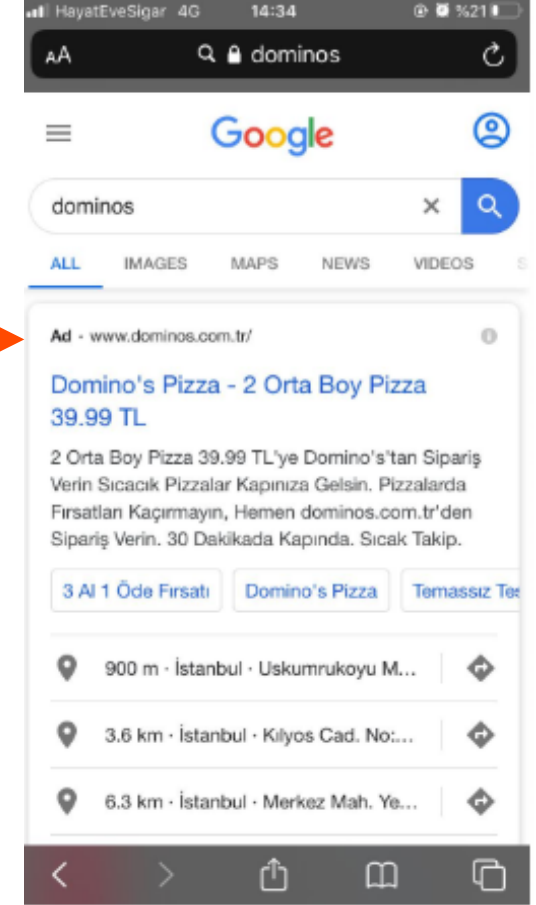
Haftanın Kampanyaları
Özel Fırsatlarla Keşfet

Ekmek Arası veya Dürümos

21,99TL'ye İki Çeşit Seç, Dilediğin Kombinasyonla Sıcacık Kapına Gelsin

Temassız Teslimat

Domino's Temassız Teslimat Hizmeti ile Siparişin Hemen Kapına Gelsin



GOOGLE ADS ÖRNEKLERİ

Görüntülü Reklam Ağı Kampanyaları

ntv.com.tr/ekonomi/kobiler-ihracatci-olma-yolunda-dijital-ortamda-ileriliyor.vioMtaGzP0SKZV_7z8cJMw

Google Ads Google Streets Analytics adjust OLO - Power BI Dominos - Google... Domino's APP - Go... Dominos App Enga...

ilişkili Haberler

Ticaret Bakanlığı ve UPS firması iş birliğiyle KOBİ'lerin ihracatçı olabilmeleri, e-ihracat süreçlerine katılabilmeleri için hayata geçirilen ve yeni tip corona virüs (Covid-19) tedbirleri kapsamında online gerçekleştirilmeye başlanan "Export Akademi" kapsamındaki ikinci çevrim içi eğitime Türkiye genelinden 650'ye yakın girişimci katıldı.

Bakanlıktan yapılan açıklamaya göre, Türkiye'nin 81 ilinde faaliyet gösteren kadın girişimcileri bir araya getirerek bir ağ kurmak ve girişimcileri ihracat süreçlerine entegre etmek için başlatılan Türkiye Kadın Girişimci Fiziki Networkü toplantıları çevrim içi ortama taşındı.

Söz konusu toplantıların 10'uncusu 22 Mayıs'ta çevrim içi ortamda Hakkari kadın girişimcilere yönelik gerçekleştirildi. Hakkari merkezden ve Yüksekova'dan kadın girişimcilerin katıldığı toplantıda ihracatta hedef pazar tespiti ve devlet destekleri konularında detaylı bilgiler paylaşıldı.

Ticaret Bakanlığı ve UPS arasında imzalanan protokolle başlatılan ve her ay iki ilde gerçekleştirilen "Export Akademi" Programı toplantıları, katılımcılara iş riskini engellemek amacıyla geçici olarak

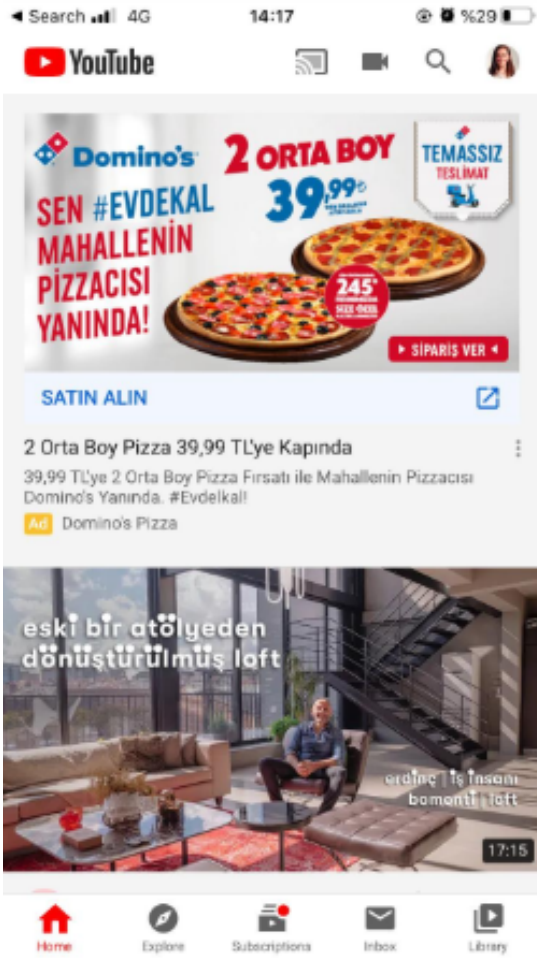
faaliyetlerimize 3-4 a...

Çalışan annelere bakıcı desteği: Her ay 1506 TL

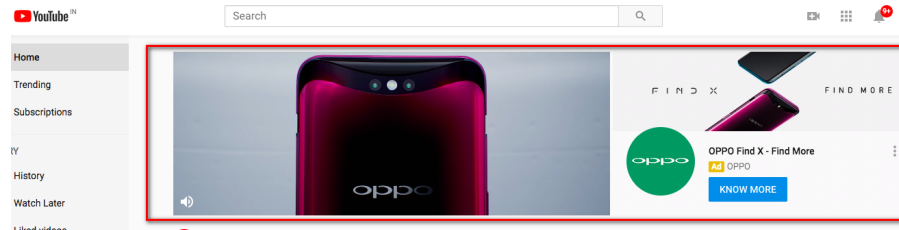
Stylight

S Stark reduziert %

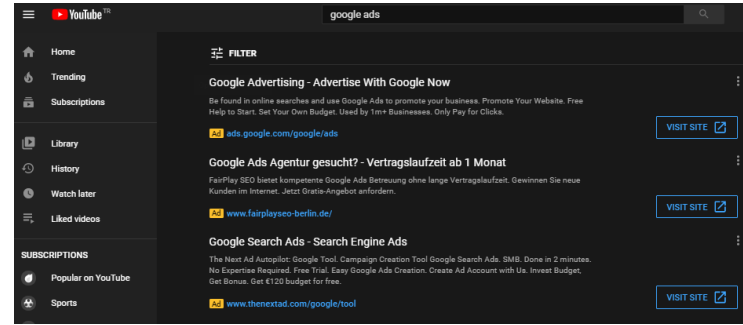
GOOGLE ADS ÖRNEKLERİ



Youtube Homepage Discovery Reklamları



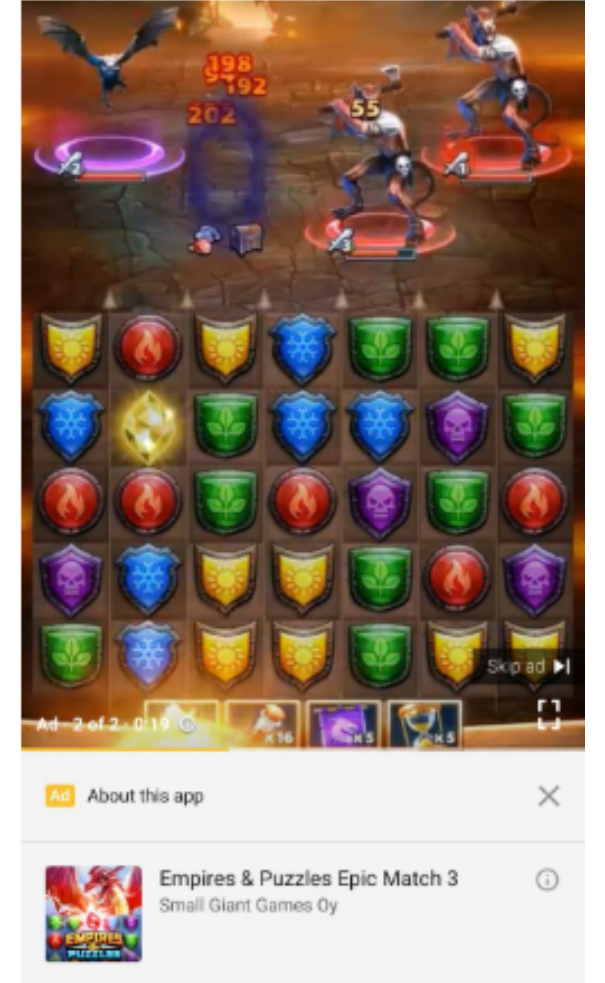
Masthead Reklamları



Arama Sonuçları Discovery Reklamları



Yayın İçi Reklamları



Yayın İçi App Reklamları

GOOGLE ADS İLE HEDEFE NASIL ULAŞILIR?



GOOGLE ADS HESABI AÇMA

1



Google Hesabı Açma

Eğer Gmail altyapısını kullanıyorsanız, gmail adresiniz ile Google Ads hesabı açabilirsiniz. Eğer şirket mail uzantılı mail adresiniz varsa account.google.com üzerinden yeni hesap açabilirsiniz.

2










GOOGLE ADS KURULUMU

ads.google.com adresinden işletme bilgileri, fatura bilgileri ve işletme websitesi gibi adımları izleyin.

KAMPANYA HEDEFLERİ

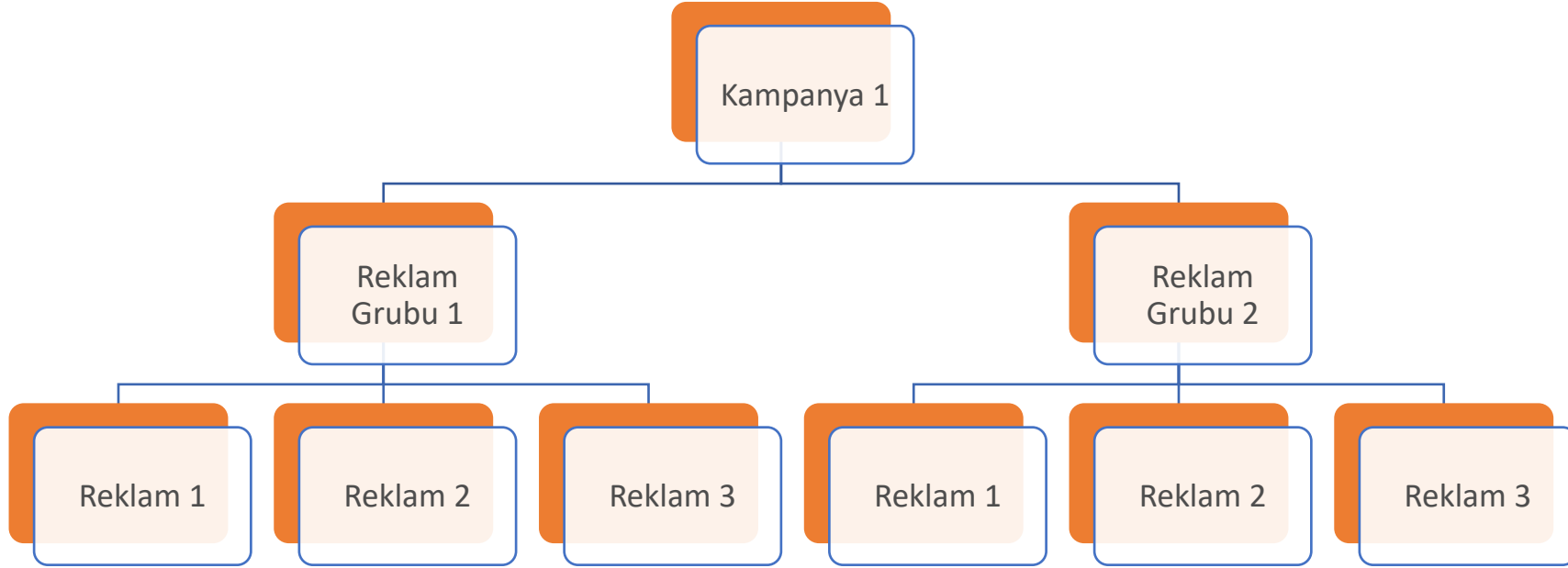
Şirketinizin hedefleri doğrultusunda reklam hedeflerinizi de Google Ads paneli üstünden seçebilirsiniz.

Bu kampanyanın sizin için başarılı olmasını sağlayacak hedefi seçin ?

 Satış	 Potansiyel müşteriler Müşterileri harekete geçirmeye teşvik ederek potansiyel müşteriler ve başka dönüşümler elde edin KAMPANYA TÜRLERİ Arama Ağı • Görüntülü Reklam Ağı • Display • Video • Remarketing	 Web sitesi trafiği	 Ürün ve markayı dikkate alma
 Marka bilinirliği ve erişim	 Uygulama tanıtımı	 Hedef kılavuzu olmadan bir kampanya oluşturun	

GOOGLE ADS KAMPANYA YAPISI

Kampanya yapısı Google Ads'in altındaki 5 farklı reklam türü için de (arama ağı, görüntülü reklam ağı gibi) aynı şekilde işler.



GOOGLE ADS PANELİ



Son 14 gün 17 - 30 May 2020

Google Ads Dominos MCC

Tüm kampanyalar

- Arama Ağı kampanyaları
- Görüntülü Reklam Ağı kampanyaları
- Alışveriş kampanyaları
- Video kampanyaları
- Uygulama kampanyaları
- Keşif kampanyaları

Etkin, Duraklatıldı ve Kaldırıldı

- *Local Catalog Ads
- *SEM-High Segment - Jenerik-Menü
- *SEM-High Segment - Jenerik-Menü // Mobile

Genel Bakış

- Öneriler
- Kampanyalar
- Reklam grupları
- Ürün grupları
- Reklamlar ve uzantılar
- Videolar
- Açılış sayfaları
- Anahtar kelimeler
- Hedef Kitleler
- Demografi
- Yerleşimler
- Ayarlar

+ YENİ KAMPANYA

Tıklamalar Dönüşümler Maliyet / dönüşüm Maliyet

Öneriler

%97 Optimizasyon puanınız

Dönüşüm sayısını en üst düzeye çıkarma... +0.9

Tam otomatik bir teklif stratejisi ile benzer bir maliyet karşılığında daha fazla dönüşüm elde edin

UYGULA GÖRÜNTÜLE

< 1 / 6 >

Son zamanlarda bu yeni kelimeler reklamlarınızı gösteren Google aramalarında görüldü

Önceki 30 güne kıyasla son 7 günde (24 - 30 May 2020)

En büyük değişiklikler

Son 14 gün - önceki 14 gün karşılaştırması

- SEM // Search / Bran...
*Dominos - Exact
- SEM // Search / Bran...
*Dominos Pizza - Exact

> ARAMA AĞI KAMPANYALARI



ARAMA AĞI KAMPANYASI NEDİR?

Google Arama Ağı reklamları, anahtar kelimeleriniz ile alakalı terimler aratıldığında Google arama sonuçlarında gösterilmesidir.



DESKTOP

Google

dominos

All Maps Images News Videos More Settings Tools

About 348'000'000 results (0.70 seconds)

Ad · www.dominos.com.tr/

Domino's'ta 3 Al 1 Öde Fırsatı | Sıcak Sıcak Kapınıza Gelsin

Domino's'da 3 Al 1 Öde Fırsatıyla Sipariş Verin, Sıcak Pizzalar Hemen Kapınıza Gelsin. Pizzalarda Fırsatları Kaçırmayın, Hemen dominos.com.tr'den Sipariş Verin. 30 Dakikada Kapıda. Gece 2'ye Kadar Lezzet. Online Ödeme Kolaylığı. Tek Tık'la Kolay Sipariş.

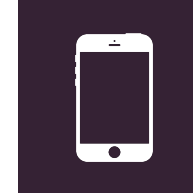
İstanbul · 20 locations nearby

3 Al 1 Öde Fırsatı
Domino's Pizza'da 3 Al 1 Öde Fırsatıyla Hemen Sipariş Verin

Domino's Pizza
Haftanın Kampanyaları
Özel Fırsatlarla Keşfet

Ekmek Arası veya Dürümös
21,99TL'ye İki Çeşit Seç, Dilediğin Kombinasyonla Sıcak Kapına Gelsin

Temassız Teslimat
Domino's Temassız Teslimat Hizmeti ile Siparişin Hemen Kapına Gelsin



MOBILE

HayatEveSigar 4G 14:34 100% 521

dominos

Google

dominos

ALL IMAGES MAPS NEWS VIDEOS

Ad · www.dominos.com.tr/

Domino's Pizza - 2 Orta Boy Pizza 39.99 TL

2 Orta Boy Pizza 39.99 TL'ye Domino's'tan Sipariş Verin Sıcak Pizzalar Kapınıza Gelsin. Pizzalarda Fırsatları Kaçırmayın, Hemen dominos.com.tr'den Sipariş Verin. 30 Dakikada Kapıda. Sıcak Takip.

3 Al 1 Öde Fırsatı Domino's Pizza Temassız Teslimat

900 m · İstanbul · Uskumrukuyu M...
3.6 km · İstanbul · Kilyos Cad. No...
6.3 km · İstanbul · Merkez Mah. Ye...

REKLAMLARDA AÇIK ARTIRMA SİSTEMİ

Her bir Google aramasındaki belirli bir arama için hangi reklamların sayfada hangi sıralamada gösterileceğine karar verilen süreçtir.

Nasıl Çalışır?



Bir kullanıcı arama yaptığında, Google Ads sistemi bu aramayla eşleşen anahtar kelimelere sahip tüm reklamları bulur.



Sistem, bu reklamlardan uygun olmayanları (ör. farklı bir ülkeyi hedefleyen veya politika ihlali nedeniyle onaylanmamış reklamları) gözardı eder.



Yalnızca diğer reklamlardan yeterli oranda yüksek Reklam Sıralamasına sahip olan reklamlar gösterilir.

Bir rakibiniz sizden daha yüksek teklifler verse bile, alaka düzeyi yüksek anahtar kelimelere ve reklamlara sahipseniz daha düşük fiyatla daha yüksek bir konumda reklamınız yayınlanabilir.

REKLAMLARDA AÇIK ARTIRMA SİSTEMİ

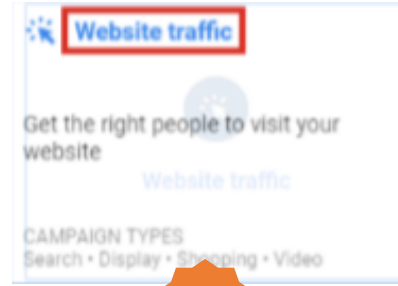
REKLAM VEREN	MAKS. TEKLİF	KALİTE PUANI	ETKİ	REKLAM SIRALAMASI
 AHMET	4 ₺	Düşük	Düşük	GÖSTERİLMEMİŞ 5
 MERVE	3 ₺	Yüksek	Düşük	2. 15
 SELMA	2 ₺	Yüksek	Yüksek	1. 20
 HÜSEYİN	1 ₺	Orta	Orta	3. 8

KAMPANYA KURULUMU

Google Ads'te bir kampanyayı kurmadan önce ilk yapılması gereken kampanya hedefini belirlemek ve ona uygun doğrultuda kampanya hedefini seçmek olacaktır.



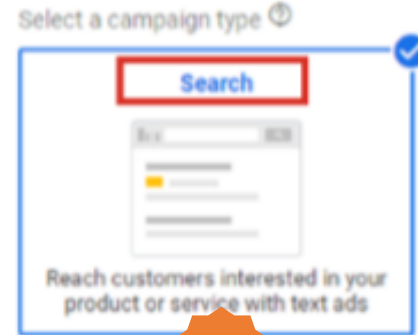
REKLAM HEDEFİNİN
SEÇİLMESİ



1



3



2

KAMPANYA KURULUMU

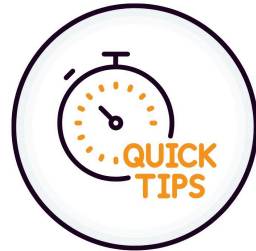
Kampanyaları doğru isimlendirmek kampanyaları gruplama, rapor hazırlama ve kampanya performans takibinde önemli rol oynar. O nedenle kampanya isimlerinin belli bir formatta olmasına dikkat edilmesi işinizi kolaylaştıracaktır.



KAMPANYA İSİMLENDİRMESİ

- Kampanya Modeli Nedir? – **Search & GDN & Youtube vb.**
- Hangi Kelime Gruplarını Kapsıyor? – **Marka & Jenerik & Rakip vb.**
- Kampanya Hangi Tarihte Açıldı? **Mayıs 2020 vb.**

Campaign name



Eğer kampanyanızın hedeflemesi kullanıcı segmentine, cihaz modeline ya da bölgesine göre değişiyorsa onları da kampanyalara eklemek raporlamayı ve optimizasyonu kolaylaştıracaktır.

KAMPANYA KURULUMU

Kampanyalarınızın hangi dil ve bölgedeki kullanıcılara gösterileceğini seçmelisiniz.



HEDEFLER VE
KİTLE SEÇENEKLERİ

Targeting and audiences

Choose who you want to reach

Locations Select locations to target ⓘ

All countries and territories

Turkey

Enter another location

▼ Location options

Languages Select the languages your customers speak ⓘ

🔍 Start typing or select a language

English ✕

Based on your targeted locations, you may want to add these languages:

Turkish

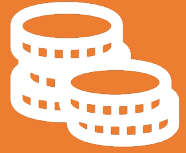
ADD ALL

Audiences Select audiences to add to this campaign ▼

Ülke bazında seçim dışında, il/ ilçe bazlı seçimlere giderek hedefe daha da yaklaşabilir, ayrıca reklamınızın görünmesini istemediğiniz bölgeleri hariç tutabilirsiniz.

KAMPANYA KURULUMU

Kampanyanızın günlük bütçesini belirlemeniz gereken alandır. Kampanyada hedefleyeceğiniz kelimelerin yaklaşık maliyetlerini ve ne kadar harcayacağını planladıktan sonra günlük bütçe belirlenmelidir.

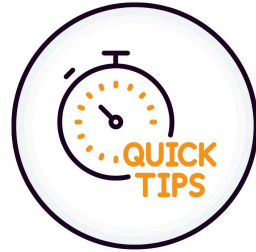


**BÜTÇE VE TEKLİFİN
BELİRLENMESİ**

Budget and bidding

Define how much you want to spend and how you want to spend it

Budget	Enter the average you want to spend each day TRY	For the month, you won't pay more than your daily budget times the average number of days in a month. Some days you might spend less than your daily budget, and on others you might spend up to twice as much. Learn more
	Apply from Shared library	



Google ads politikası gereği, eğer hedeflediğiniz kelimenin maliyeti ya da aranması artarsa günlük bütçenin %20 kadarını aşma hakkı vardır. O nedenle limitli bütçeniz varsa belirlediğiniz bütçenin %20 altında bütçe vermeniz bütçe aşımı yapmanızı engelleyecektir.

TEKLİF STRATEJİLERİ



CPC (TBM) Tıklama Başına Maliyet

Web sitenize trafik çekmek istiyorsanız tıklamalara odaklanmak sizin için ideal bir yöntem olabilir



CPM (BGBM) Gösterim Başına Maliyet

Reklamlarınızın görüntüleme veya etkileşim sayısını artırmak istiyorsanız CPM tekliflerinden yararlanmalısınız.



CPV (GBM) İzlenme Başına Maliyet

Video reklamlar yayınlıyorsanız ve hedefiniz ürün veya marka üzerinde daha fazla düşünülmesini sağlamaksa görüntüleme başına maliyet (GBM) teklifini kullanabilirsiniz.



SMART BIDDING Akıllı Teklif Statejileri

Akıllı Teklif, her açık artırmada dönüşüm sayısını veya dönüşüm değerini optimize etmek için makine öğrenimini kullanan otomatik teklif stratejisidir.

KAMPANYA KURULUMU

Google Ads, farklı kampanya türleri için uyarlanmış çeşitli teklif stratejileri sunar. Kampanyanızda hedeflediğiniz ağlara ve artırmak istediğiniz işleme (tıklama, gösterim, dönüşüm veya görüntüleme) bağlı olarak kendiniz için en uygun stratejiyi belirleyebilirsiniz.



BÜTÇE VE TEKLİFİN
BELİRLENMESİ

Bidding

What do you want to focus on? ⓘ
Clicks ▾

Recommended for your campaign

Set a maximum cost per click bid limit

Maximum CPC bid limit ⓘ
TRY _____

This campaign will use the **Maximise Clicks** bid strategy to help you get the most clicks at a cost per click at or below your bid limit

Bidding

What do you want to focus on? ⓘ
Conversions ▾

Recommended for your campaign

Set a target cost per action

Target CPA ⓘ
TRY 5.00

Your recommended target CPA is TRY5.00 based on your past average cost per conversion in Search campaigns

Bidding

What do you want to focus on? ⓘ
Impression share ▾

Conversions is recommended for your campaign

Where do you want your ads to appear ⓘ
Anywhere on results page ▾

Percent (%) impression share to target ⓘ
_____%

TARGET IMPRESSION SHARE NEDİR?

Hedef gösterim payı, reklamınızı sayfanın mutlak üst kısmında, sayfanın üst kısmında veya Google arama sonuçlarının ilk sayfasındaki herhangi bir yerde göstermek için teklifleri otomatik olarak ayarlayan bir Akıllı Teklif stratejisidir.



Impression Share (Gösterim Payı)

Gösterim payı (GP), reklamlarınızın alabileceği toplam gösterim sayısına kıyasla elde ettiği mevcut gösterimlerin yüzdesidir.

Nasıl Hesaplanır?

Gösterim payı = gösterim sayısı / toplam uygun gösterim sayısı

İşleyişi Nasıldır?

Gösterim payı, reklamınızın gösterildiği ve gösterilmek için yeterince rekabet gücüne sahip olduğu tüm açık artırmaları içerir.

KAMPANYA KURULUMU

Uzantılar, ek bilgilerle reklamınızın kapsamını genişleterek kullanıcılara işletmenizi seçmeleri için daha fazla sebep verir. Uzantılar, genelde reklamların tıklama oranını yüzde birkaç puan artırır. Uzantı biçimleri arasında arama düğmeleri, konum bilgileri, web sitenizin belirli bölümlerine yönlendiren bağlantılar, ek metin ve benzerleri sayılabilir.

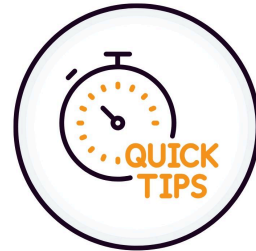


REKLAM
EKLENTİLERİNİN
BELİRLENMESİ

Ad extensions

Get up to 15% higher clickthrough rate by showing additional information on your ads

Sitelink extensions	Add additional links to your ad	▼
Callout extensions	<input checked="" type="radio"/> Use account level callout extensions <input type="radio"/> Select and create campaign level callout extensions	▲
Call extensions	Add a phone number to your ad	▼
+ Ad extension		



Reklamlara eklentileri ekleyerek hem reklamınızın kalitesini arttırırsınız, hem de mobil cihazlarda aramalarda reklamınız daha fazla görünür olarak rakiplerinizin ve organik aramaların minimum görünmesini sağlayacaktır.

Kullanıcılara maksimum bilgiyi daha sitenize gelmeden vereceğiniz ve tıklanabilir opsiyonları arttıracığınız için reklamınızın tıklama oranlarında %15'e kadar arttırabilirsiniz.*

KAMPANYA GRUPLANDIRILMASI

Google Ads'te kurduğunuz kampanyalarda bid optimizasyonu, bŸyçe kontrolŸ, aranan kelime gruplarına doğru reklamları gŸsterebilmek için işletmenizle ilgili olan kelimeleri kedi içinde gruplandırmanız gerekir.

MARKA (BRANDING) ARAMALARI

Dominos
Dominos
Pizza

JENERİK ARAMALAR

Pizza

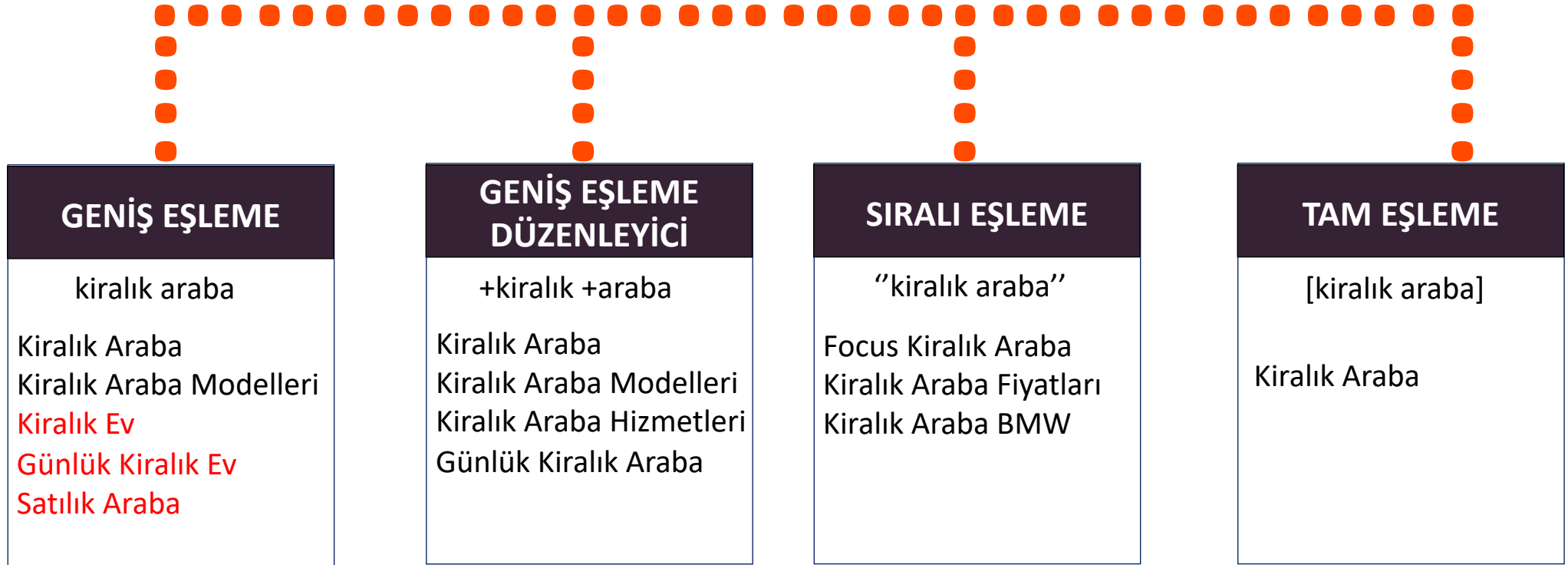
RAKİP (COMPETITOR) ARAMALAR

Papajohns
Pizzahut
Yemeksepeti

ANAHTAR KELİME EŞLEME SEÇENEKLERİ

Anahtar kelime eşleme türleri, Google'daki hangi aramaların reklamınızı tetikleyebileceğini kontrol etmenize yardımcı olur. 4 farklı eşleme seçeneğinden yararlanabilirsiniz.

Anahtar Kelime : Kiralık Araba



ANAHTAR KELİME EŞLEME SEÇENEKLERİ

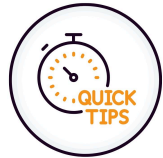


UYGUN EŞLEME
SEÇENEĞİNİN
BELİRLENMESİ

GENİŞ EŞLEME ile hedeflediğiniz kelime yazım yanlışı, eş anlamlı kelimeler, alakalı aramalar ve anahtar kelimenin diğer alakalı varyasyonlarında görünebilir.

GENİŞ EŞLEME DÜZENLEYECİSİ ile hedeflediğiniz kelime terimlerden önce, sonra veya terimlerin arasında başka kelimeler bulunabilir. Dolayısıyla hedeflemeyi atladığınız ve sizin aramalarınızla ilgili kelimeleri kaçırmama şansınız artacaktır.

TAM EŞLEŞME ile sadece hedeflediğiniz kelime özelinde aramalarda çıkarsınız. Eğer spesifik hedeflemek istediğiniz ve başka bir varyasyonu olmayan kelimeyi hedeflemek istiyorsanız bu eşlemeyi kullanabilirsiniz.



Bir önceki sayfada olduğu gibi markanızla ya da hedef kelimelerinizle alakalı olmayan aramalarda da çıkma ihtimaliniz olduğu için geniş eşleme yerine geniş eşleme düzenleyicisini kullanmanız daha sağlıklı olacaktır.

ANAHTAR KELİME PLANLAYICI (Keyword Planner)

Anahtar kelime aramak ve bir anahtar kelime listesinin nasıl performans gösterebileceğini görmek için Anahtar Kelime Planlayıcı'yı kullanabilirsiniz. Anahtar Kelime Planlayıcı, kampanyanızla birlikte kullanabileceğiniz, rekabet gücü yüksek teklifler ve bütçeler seçmenize de yardımcı olur.

1

Discover new keywords

START WITH KEYWORDS

Enter products or services closely related to your business

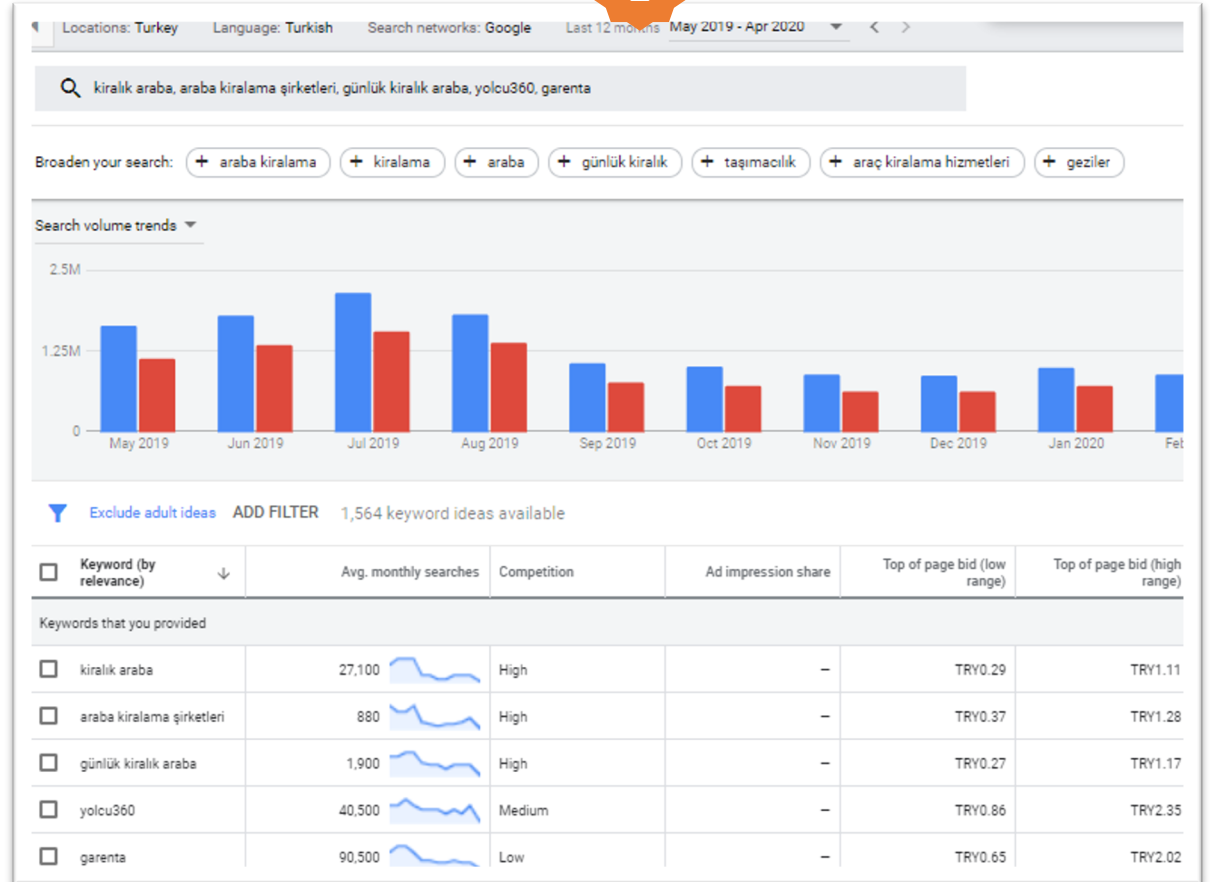
Search: kiralık araba x araba kiralama şirketleri x günlük kiralık araba x yolcu360 x garenta x + Add another keyword

Turkish (default) Turkey

DOWNLOAD KEYWORD IDEAS

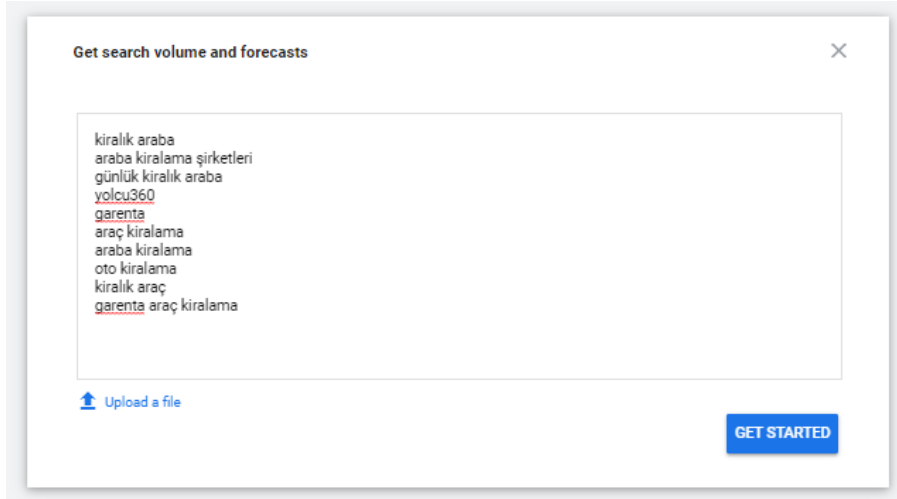
3

2



ANAHTAR KELİME PLANLAYICI (Keyword Planner)

Anahtar kelimelerinizi bulduktan ve çeşitlendirdikten sonra ayrıntılı olarak maliyetlerini görebileceğiniz “ Get search volume and forecast” sekmesinden search planınızı oluşturabilirsiniz.



Plan name: Plan from Jun 11, 2020, 9 am, G... Locations: Turkey Language: All languages Search networks: Google Next month 1 - 31 Jul 2020

Your plan can get **22K conversions** for **TRY56K** and a **TRY0.46** max. CPC

Conversion rate : 9.64%, Value per conversion : TRY51

Conversions	Avg. CPA	Conversion value	ROAS	Clicks	Impressions	Cost
22K	TRY2.56	TRY1.1M	20	230K	2M	TRY56K

Daily Budget: TRY5K

ANAHTAR KELİME PLANLAYICI (Keyword Planner)

Anahtar kelimelerinizi bulduktan ve çeşitlendirdikten sonra ayrıntılı olarak maliyetlerini görebileceğiniz “ Get search volume and forecast” sekmesinden search planınızı oluşturabilirsiniz.

<input type="checkbox"/> Keyword ↑	Ad group	Max. CPC	Clicks	Impressions	Cost	CTR	Avg. CPC
<input type="checkbox"/> araba kiralama	Ad group 1	TRY0.46	36,718.48	281,540.22	TRY9,552.43	13.0%	TRY0.26
<input type="checkbox"/> araba kiralama şirketleri	Ad group 1	TRY0.46	294.09	3,380.99	TRY81.27	8.7%	TRY0.28
<input type="checkbox"/> araç kiralama	Ad group 1	TRY0.46	84,752.83	806,869.94	TRY22,852.92	10.5%	TRY0.27
<input type="checkbox"/> garenta	Ad group 1	TRY0.46	12,195.87	110,893.50	TRY2,233.92	11.0%	TRY0.18
<input type="checkbox"/> garenta araç kiralama	Ad group 1	TRY0.46	2,015.88	17,024.37	TRY452.26	11.8%	TRY0.22
<input type="checkbox"/> günlük kiralık araba	Ad group 1	TRY0.46	816.82	5,523.03	TRY226.99	14.8%	TRY0.28
<input type="checkbox"/> kiralık araba	Ad group 1	TRY0.46	24,588.64	192,074.59	TRY6,430.60	12.8%	TRY0.26
<input type="checkbox"/> kiralık araç	Ad group 1	TRY0.46	22,084.03	201,732.44	TRY5,712.22	10.9%	TRY0.26

METRİK TANIMLARI

Google Ads'te kurduğunuz kampanyalarınız için bütçe planı oluşturmanızı, sonuçlarını anlamanızı, maliyetlerini görebilmenizi ve optimizasyon yapabilmenizi sağlayacak birçok metrik bulunur.

IMPRESSION

Gösterim

Reklamınızın gösterilme sıklığıdır. Eklamanızın Google'da veya Google Ağı'nda her gösterilişi, bir gösterim olarak sayılır.

CLICK

Tıklama

Bir kullanıcı, reklamınızı (örneğin, bir metin reklamın mavi başlığını) tıkladığında, Google Ads bunu bir tıklama olarak kabul eder.

Clickthrough Rate (CTR)

Tıklanma Oranı

Reklamınızı gören kullanıcılardan kaçının reklamınızı tıkladığını gösterir.

Tıklama / Gösterim

Cost per Click (CPC)

Tıklanma Maliyeti

Reklamınıza tıklayan her bir kullanıcının tıklama başına maliyetidir.

CONVERSION

Dönüşüm

Bir kullanıcı reklamınızla etkileşime geçip ardından internet üzerinden ürününüzü satın alması gibi sizin için değerli kabul ettiğiniz bir işlem gerçekleştirdiğinde o dönüşüm sayılır.

CONVERSION RATE

Dönüşüm Oranı

Dönüşüm oranları, dönüşüm sayısının aynı dönemde bir dönüşümle ilişkilendirilebilecek toplam reklam etkileşimi sayısına bölünmesiyle hesaplanır.

IMPRESSION SHARE

Gösterim Payı

Gösterim payı (GP), reklamlarınızın alabileceği toplam gösterim sayısına kıyasla elde ettiği mevcut gösterimlerin yüzdesidir.

IS: gösterim sayısı / toplam uygun gösterim sayısı

QUALITY SCORE

Kalite Puanı

Kalite Puanı; reklamlar, anahtar kelimeler ve açılış sayfalarınızın kalitesine ilişkin bir tahmindir.

NEGATİFLEME SEÇENEKLERİ

Negatif anahtar kelimeler sayesinde, belirlediğiniz arama terimlerini kampanyalarınızdan hariç tutarak yalnızca müşterileriniz için önemli olan anahtar kelimelere odaklanabilirsiniz. Bu şekilde daha iyi hedefleme sağlandığından, reklamlarınızı ilgili kullanıcılara göstererek yatırım getirisini artırabilirsiniz.

Örnek

Negatif geniş eşlemeli anahtar kelime: koşu ayakkabıları

Arama	Reklam gösterilebilir mi?
mavi tenis ayakkabıları	✓
koşu ayakkabısı	✓
mavi koşu ayakkabıları	✗
ayakkabılar koşu	✗
koşu ayakkabıları	✗

Örnek

Negatif sıralı eşlemeli anahtar kelime: "koşu ayakkabıları"

Arama	Reklam gösterilebilir mi?
mavi tenis ayakkabıları	✓
koşu ayakkabısı	✓
mavi koşu ayakkabıları	✗
ayakkabılar koşu	✓
koşu ayakkabıları	✗
mavi koşu ayakkabıları	✓

Örnek

Negatif tam eşlemeli anahtar kelime: [koşu ayakkabıları]

Arama	Reklam gösterilebilir mi?
mavi tenis ayakkabıları	✓
koşu ayakkabısı	✓
mavi koşu ayakkabıları	✓
ayakkabılar koşu	✓
koşu ayakkabıları	✗

BID ADJUSTMENT NEDİR?

Teklif ayarlamaları, kullanıcıların nerede, ne zaman ve nasıl arama yaptığına göre reklamlarınızı daha sık veya seyrek göstermenize olanak tanır. Örneğin, bazen akıllı telefonlardan, günün belli bir saatinde veya belirli bir yerden gelen bir tıklama sizin için daha değerli olabilir.

Teklif ayarlaması	Reklam grubu teklif ayarlaması	↓ Tıklamalar
Teklif ayarlama ?		
Artır ▼ %	35	
Örnek: ₺10,00 tutarındaki bir teklif ₺13,50 olur. Teklif ayarlamasını kaldırmak için bu alanı boş bırakın.		
İPTAL KAYDET		

Teklif ayarlaması	Reklam grubu teklif ayarlaması	↓ Tıklamalar
Teklif ayarlama ?		
Azalt ▼ %	35	
Örnek: ₺10,00 tutarındaki bir teklif ₺6,50 olur. Teklif ayarlamasını kaldırmak için bu alanı boş bırakın.		
İPTAL KAYDET		

1 TL'lik maksimum TBM teklifi olan ve mobil cihazlarda iyi performans gösteren bir kampanyanız olduğunu varsayalım. Reklamınızı mobil cihazlarda daha fazla müşteriye göstermek amacıyla, bu cihazlarda yapılan aramalar için teklifinizi %20 oranında artırılırsınız. Bu durumda, son teklif 1,20 TL olur. Hesaplama aşağıdaki gibidir:

Başlangıç teklifi: 1 TL

Mobil ayarlama: $1 \text{ TL} + (1 \text{ TL} \times \%20) = 1,20 \text{ TL}$

Mobil cihazlarda yapılan aramalara uygulanacak son teklif: 1,20 TL

OPTİMİZASYON

Optimise Your Keywords

1. Remove Under Performing Keywords

CTR < 2%

Focus your budget on keywords that are converting well, rather than wasting it on keywords that are not.



2. Constantly Add Negative Keywords



Use the search terms report to get ideas for negative keywords

CAREERS
CHEAP
How To Research
VACANCIES
Jobs Training

3. Find New Keywords To Use



Use the keyword planner & search terms report to find potential new keywords



4. Are All Of Your Keywords Eligible?

Try changing match types or adjusting bids to make keywords eligible

5. Review Your Max CPC



If Keywords have High CTR's & Conversion rates

If Keywords have Low CTR's & Conversion rates

6. Split Up Adgroups



Higher Quality Score



Higher CTR



Lower CPC



Higher Conversion Rates

> GÖRÜNTÜLÜ REKLAM AĞI KAMPANYALARI











KAMPANYA KURULUMU

2 milyonu aşkın siteyi kapsayan ve internet kullanıcılarının %90'ından fazlasına ulaşan Google Görüntülü Reklam Ağı'nda reklam yayınladığınızda, reklamlarınız çok sayıda web sitesi, mobil uygulama ve video içeriğinde görünebilir.

Google görüntülü reklam ağı kampanyaları sıklıkla marka bilinirliği sağlamak amacı ile kullanılmaktadır

Bu kampanyanın sizin için başarılı olmasını sağlayacak hedefi seçin ?

 Satış	 Potansiyel müşteriler	 Web sitesi trafiği	 Ürün ve markayı dikkate alma
 Marka bilinirliği ve erişim	 Uygulama tanıtımı	 Yerel mağaza ziyaretleri ve tanıtımlar	 Hedef kılavuzu olmadan bir kampanya oluşturun
Locations	Turkey (country) ▼		
Languages	Turkish and English ▼		

KAMPANYA KURULUMU

Marka bilinirliği ve erişimi arttırmak öncelikli hedefimiz olduğu için 'görüntülenebilir bin gösterim başına maliyet' (Viewable CPM) olarak seçebilirsiniz. Yani sadece her 1000 gösterim başına ücret ödüyor olacaksınız.

Bidding	What do you want to focus on? ⓘ Viewable impressions ▾ Recommended for your campaign goal
<div style="border: 1px solid #ccc; border-radius: 10px; background-color: #e8f5e9; padding: 10px; text-align: center;">✔ This campaign will use the Viewable CPM bid strategy to help you get the most impressions for your bid</div>	
Or, select a bid strategy directly (not recommended)	
Frequency capping	Limit how many times your ads show to the same user ⓘ <input checked="" type="radio"/> Let Google Ads optimize how often your ads show (recommended) <input type="radio"/> Set a limit
Budget	TRY30.00/day
Ad rotation	Optimize: Prefer best performing ads
Ad schedule	All day

KAMPANYA KURULUMU

Google display envanteri sitesi veya uygulaması içinde adsense kullanan herkeste olduğu için çok geniş bir alanı kapsar ve bazı içerikleri hariç tutmanız gerekmektedir. Bu sayede reklamınızın öncelikle hangi içeriklerde görünmesini istemediğinizi "content exclusion"dan yapmanız gerekmektedir.

Content exclusions

Opt out of showing your ads on content that doesn't fit your brand



Digital content labels ⓘ	Sensitive content ⓘ	Content type ⓘ
<input type="checkbox"/> DL-G: General audiences <input type="checkbox"/> Content suitable for families	<input type="checkbox"/> Tragedy and conflict <input type="checkbox"/> Sensitive social issues	<input type="checkbox"/> Games inactive
<input type="checkbox"/> DL-PG: Most audiences with parental guidance	<input type="checkbox"/> Profanity and rough language	<input type="checkbox"/> Live streaming YouTube video
<input type="checkbox"/> DL-T: Teen and older audiences	<input type="checkbox"/> Sexually suggestive	<input type="checkbox"/> Embedded videos
<input checked="" type="checkbox"/> DL-MA: Mature audiences	<input type="checkbox"/> Sensational and shocking	<input type="checkbox"/> Below-the-fold
<input checked="" type="checkbox"/> Content not yet labeled		<input type="checkbox"/> G-mob mobile app non interstitial inactive
		<input type="checkbox"/> Parked domains
		<input type="checkbox"/> In-video

While content exclusions are completed to the best of our ability, we can't guarantee that all related content will be excluded.

HEDEFLERİ SEÇENEKLERİ

Marka bilinirliği ve erişimi arttırmak öncelikli hedefimiz olduğu için 'görüntülenebilir bin gösterim başına maliyet' (Viewable CPM) olarak seçebilirsiniz. Yani sadece her 1000 gösterim başına ücret ödüyor olacaksınız.

> VIDEO REKLAMLARI



VIDEO REKLAM MODELLERİ

KAMPANYA KURULUMU

> UNIVERSAL APP REKLAMLARI



APP REKLAM ALANLARI

KAMPANYA KURULUMU

> DÖNÜŞÜMLER



DÖNÜŞÜMLERİN KURULUMU

> ADS EDITOR



ADS EDITOR PANELİ

> GOOGLE ADS RAPOR PANELI



GOOGLE ADS RAPOR OLUŞTURMA

> KURAL TANIMLAMALARI



GOOGLE ADS RULE NE İŞE YARAR?

GOOGLE ADS KURAL PANELİ

> GOOGLE REKLAM POLİTİKALARI



GOOGLE REKLAMLARI GENEL KISITLAMALAR