

01

DİJİTAL PAZARLAMA
HAKKINDA BİLMENİZ GEREKENLER

1.1. DİJİTAL PAZARLAMA NEDİR?

Dijital pazarlamanın işletmenize sağlayabileceği tüm avantajlardan yararlanmadan önce, bazı temel bilgilere sahip olduğunuzdan emin olmalısınız. Dilerseniz önce bu konuda kısa bir giriş yapalım.

REKLAMLAR VE “ORGANİK” ARAMA SONUÇLARI ARASINDAKİ FARK

Google'ın dijital reklamcılık platformu Google Ads ile ürün veya hizmetlerinizin reklamını yaptığınızı düşünelim. Bir kullanıcı işletmenizle alakalı terimler için Google araması yaptığında, reklamınız bir reklam etiketiyle birlikte Google arama sonuçları sayfasının üst veya alt kısmında görünebilir. Reklam yerleşiminiz esasen kullanıcının arama yaptığı ürün veya hizmet için ne kadar alakalı ve faydalı olduğuna, teklifinize ve daha birkaç faktöre göre sıralanır.

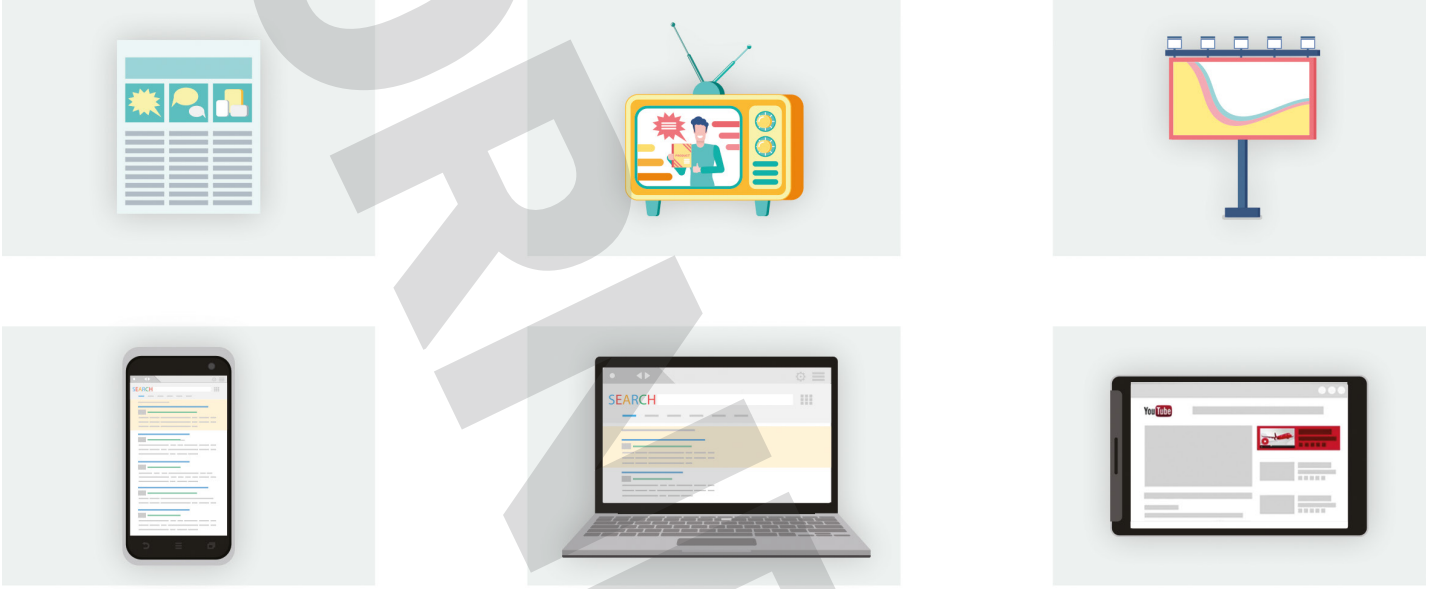
Sayfanın diğer bölümünde “organik” arama sonuçları gösterilir. Bunlar, kullanıcının arama yaptığı ürün veya hizmetle doğrudan alakalı içerik barındıran web sitelerine yönlendiren ücretsiz bağlantılardır. Site, arama terimiyle ne kadar alakalı olursa, bağlantı listede o kadar yukarıda gösterilir. Alakalı web siteniz burada görünebilir ancak reklamınız görünmez.

Google arama sonuçlarının üst kısmında 4 adet, alt kısmında ise 3 adet olmak üzere toplam 7 adet arama ağı reklamı gösterilir. Alışveriş reklamları da entegre edildiğinde maksimum 9 adet ek reklam gösterilir. Sonuç olarak Google arama sonuçlarının %60'ından fazlası reklamdır ve kullanıcıların %85'inden fazlası arama sonuçlarına entegre olan reklamları tıklamayı tercih ederler. Reklamlar doğru algoritmalarla yerleştirildiği ve pozitif kullanıcı deneyimi odaklı olarak hazırlandığı için kullanıcıların amaçlarına doğru şekilde hizmet ederler.



DİJİTAL REKLAMCILIĞIN AVANTAJLARI

Dijital reklamcılık; gazeteler, TV reklamları veya billboardlar gibi geleneksel reklamcılık yöntemlerine kıyasla birçok farklı özelliğe sahiptir. Dijital reklamcılığın avantajlarını kavramınıza yardımcı olabilmek için bazı soruları daha detaylı açıklamak yararlı olacaktır.



Dijital reklamcılık, web sitenizin organik (ücretsiz) arama sonuçlarında görüldüğü yeri iyileştirebilir mi?

Hayır. İnternet'te reklam yayınlamak, web sitenizin organik arama sonuçlarında görüldüğü yer üzerinde hiçbir etkiye sahip değildir. Organik arama sonuçlarını, web sitesinin bir kullanıcının aradığı ürün veya hizmetle ne kadar alakalı olduğu belirler. Site, kullanıcının arama terimiyle ne kadar alakalı olursa (diğer faktörlerin yanında), bağlantı listede o kadar yukarıda gösterilir.

Dijital reklamcılık bir minimum bütçe gerektirir mi?

Bu ifade tam olarak doğru değildir. Google Ads minimum bütçe gerektirmez. Ancak, reklamlarınızın potansiyel müşterilere gösterilme şansının artması için, yeni reklamverenlerin günlük ortalama 5 ila 50 USD (veya yerel para birimindeki eşdeğeri) tutarında bir bütçeyle başlamalarını öneririz.

Dijital reklamcılık, reklamlarınızla istediğiniz türde müşterileri hedeflemenize ve istemediğiniz müşterilere filtre uygulamanıza olanak tanır.

Kesinlikle! Google Ads ile İnternet'te reklam yayınladığınızda, potansiyel müşterilere ürün veya hizmetlerinizi aradıkları sırada ulaşmak için farklı hedefleme yöntemlerini kullanabilirsiniz. Bu, yalnızca müşteriniz olma ihtimali yüksek olan kullanıcılara ulaşmak için reklam harcamaları yaptığınızdan emin olmanızı sağlar.



Google Arama Ağı'ndaki arama sonuçlarının yanında reklam verirken, reklamlarınızla alakalı terimleri arayan kullanıcıları hedeflemenize yardımcı olacak anahtar kelimeler seçersiniz. Ayrıca, reklamlarınızı günün belirli saatlerinde göstermeyi seçebilirsiniz, bir konum ve dil belirtebilirsiniz.

Google reklamlarının yayınlandığı web sitelerinde (**Google Görüntülü Reklam Ağı** olarak adlandırılır) reklam verirseniz, ulaşmak istediğiniz kullanıcıların yaşını, ziyaret ettikleri sitelerin türlerini ve ilgi alanlarını seçerek daha spesifik bir hedefleme yapabilirsiniz.

Google Ads ile İnternet'te reklam vermenin birkaç diğer temel avantajı aşağıda verilmiştir:

BÜTÇENİZİ KONTROL EDİN

Ne kadar harcama yapmak istediğinize siz karar verirsiniz ve yalnızca bir kullanıcı reklamınızı tıkladığında ödeme yaparsınız.



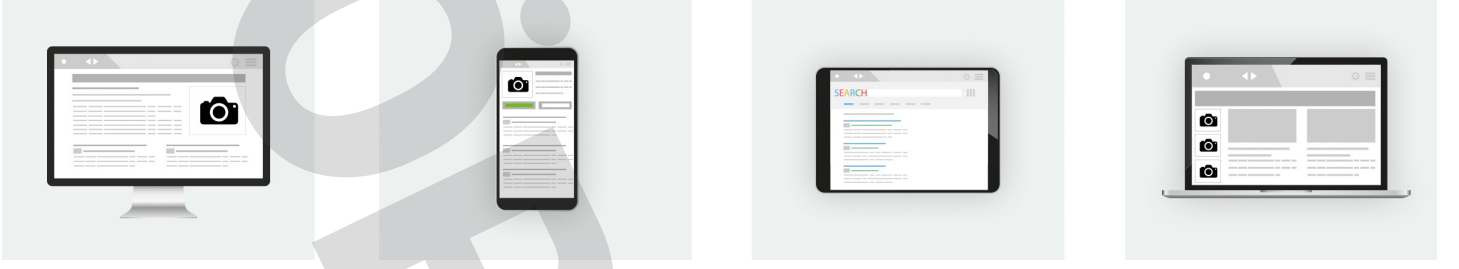
NELERİN İŞE YARADIĞINI ÖĞRENİN

Reklamın etki düzeyini hızlı bir şekilde kontrol edin ve sonuçları iyileştirmek için kolayca değişiklikler yapın.



DAHA FAZLA YERDE DAHA FAZLA KULLANICIYA ULAŞIN

Bilgisayarlarda, tabletlerde, cep telefonlarında ve hatta uygulamalarda, nerede olurlarsa olsunlar müşterilerle bağlantı kurun.

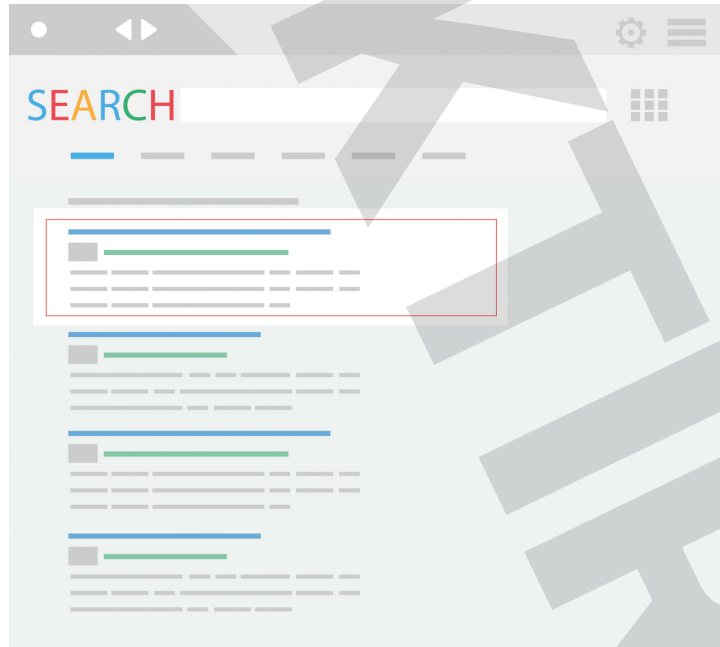


REKLAMLARI HEDEFLERİNİZE UYGUN HALE GETİRİN

Reklamlarınızı farklı işletme hedeflerinize göre özelleştirmek için farklı reklam biçimlerinden ve özelliklerden yararlanın. Örneğin, daha fazla telefon araması almak için reklamlarınıza tıklanabilir bir "Ara" düğmesi ekleyebilir veya markanızı sergilemek için video reklamları kullanabilirsiniz.

REKLAMINIZIN ORGANİK ARAMA SONUÇLARININ ÜST KISMINA YERLEŞTİRİLMESİ İÇİN ÖDEME YAPABİLİRSİNİZ

Reklamlarınızı farklı işletme hedeflerinize göre özelleştirmek için farklı reklam biçimlerinden ve özelliklerden yararlanın. Örneğin, daha fazla telefon araması almak için reklamlarınıza tıklanabilir bir "Ara" düğmesi ekleyebilir veya markanızı sergilemek için video reklamları kullanabilirsiniz.



Reklamınız için ödemek istediğiniz tutar, bir kullanıcı belirli bir terimi aradığında reklamlarınızın diğer reklamlar arasındaki konumunu etkileyebilir. Ancak, ödediğiniz tutarın, kullanıcının aramasıyla oluşturulan organik arama sonuçları üzerinde hiçbir etkisi yoktur. Dijital pazarlamanın ne olduğu ve ne olmadığı konusunda yeterince bilgi edindiğinizi düşünüyor musunuz? O halde, web sitenizin İnternet'teki reklamlarınızın sağlayacağı trafik için hazır olduğundan emin olalım.

1.2. WEB SİTENİZ SONUÇ VERMEYE HAZIR MI?

Kullanıcıları web sitenize çekmek için dijital pazarlamadan yararlanabilirsiniz, ancak web siteniz, kullanıcıları sizinle iş yapmaya teşvik edecek şekilde mi tasarlandı? Haydi öğrenelim.

Reklam vereceğiniz web sitesini ayrı bir tarayıcı penceresinde açın. Ardından, web sitenizin uygun olup olmadığını öğrenmek için bu kontrol listesini izleyin.

BİR WEB SİTESİNİ NE İYİ YAPAR?



I. Web sitenizin net ve dikkat çekici bir başlığı var mı?

✓ Evet, web sitemin net ve dikkat çekici bir başlığı var

Harika! Müşterilerin doğru yerde olduklarını hızlıca anlamalarını sağlamak için sitenizde belirgin bir başlık bulunması çok önemlidir. Bu, müşterileri sitenizde daha uzun kalmaya ve sonuç olarak sizin için değerli bir işlem

gerçekleştirmeye teşvik eder.

✗ Hayır, web sitemin net ve dikkat çekici bir başlığı yok

Web sitenizi, her sayfası belirgin bir başlık içerecek şekilde güncelleyebilirsiniz. Bu, müşterilerin doğru yerde olduklarını hızlıca anlamalarını sağlar. Böylece, müşterileriniz sitenizde daha uzun kalır ve sonuç olarak sizin için değerli bir işlemi gerçekleştirirler.

II. Web siteniz, ürününüzü satın aldığı anda veya hizmetinizi kullandığında müşterilerin elde edeceği avantajları açıkça sıralıyor mu?

✓ Evet, web sitem müşteri avantajlarını açıkça sıralıyor

Harika! Kullanıcılar sitenize geldiğinde neden sitenizde kalmaları gerektiğini bildiklerinden emin olmak istersiniz. Avantajların taranabilir ve okunaklı olduğundan emin olun. Madde işaretleri bunu sağlamanın harika bir yoludur.

✗ Hayır, web sitem müşteri avantajlarını sıralamıyor

Web sitenizi, bu önemli bilgileri içerecek şekilde güncelleyebilirsiniz. Kullanıcılar sitenize geldiğinde neden sitenizde kalmaları gerektiğini bildiklerinden emin olmak istersiniz. Avantajların taranabilir ve okunaklı olduğundan emin olun. Madde işaretleri bunu sağlamanın harika bir yoludur.

III. Web siteniz resim veya video içeriyor mu?

✓ Evet, web sitem resimler veya video içeriyor

Tebrikler! Dikkat çekici medya içeriği (ör. fotoğraflar, video veya grafikler) müşterilerin ilgisini çeker ve onları işletmenizle etkileşime geçirmenin etkili bir yoludur. Ancak medya içeriğini abartılı kullanmaktan kaçınınız. Çok fazla medya içeriği bulunması sitenizin yavaş yüklenmesine neden olabilir. Kullanıcıların, en önemli bilgileri görmeden sitenizden ayrılmasını istemezsiniz!

✗ Hayır, web sitem resimler veya video içermiyor

Web sitenize dikkat çekici medya içeriği (ör. fotoğraflar, videolar veya grafikler) ekleyebilirsiniz. Medya içeriği, sitenizi müşteriler için daha ilgi çekici kılar ve onları işletmenizle etkileşime geçirmek amacıyla etkili bir yol sunar. Ancak medya içeriğini abartılı kullanmaktan kaçınınız. Çok fazla medya içeriği bulunması sitenizin yavaş yüklenmesine neden olabilir. Kullanıcıların, en önemli bilgileri görmeden sitenizden ayrılmasını istemezsiniz!

IV. Sitenizde net bir harekete geçirici mesaj var mı?

Harekete geçirici mesaj, müşterilerinizin sitenizde tam olarak ne yapmalarını istediğinizi ve bunu nasıl yapacaklarını belirten bir mesajdır. Bir işlem sayfasına yönlendiren "Hemen satın alın" düğmesi veya göze çarpan bir telefon numarasının yanındaki "Hemen arayın" mesajı, harekete geçirici mesaja örnek olarak verilebilir.

✓ Evet, sitemde net bir harekete geçirici mesaj var

Mükemmel. Kullanıcıların sitenizde gerçekleştirmesini istediğiniz işlemle ilgili net olduğunuzda, ziyaretçilerin söz konusu işlemi gerçekleştirme ve size aradığınız iş fırsatını kazandırma olasılığı çok daha yüksektir.

✗ Hayır, sitemde net bir harekete geçirici mesaj yok

Kullanıcıların sitenizde gerçekleştirmesini istediğiniz işlemle ilgili net olduğunuzda, ziyaretçilerin söz konusu işlemi gerçekleştirme ve size aradığınız iş fırsatını kazandırma olasılığı çok daha yüksektir.

Ziyaretçilerin sitenize geldiklerinde ne yapmasını istiyorsunuz? Hedefinizle ilgili net olun ve ardından söz konusu hedefe ulaşmak için web sitenizi hassaslaştırın. İşletmenizin telefonla aranması, bir ürünün İnternet üzerinden satın alınması veya bir bültene kaydolanması gibi, hangi konuda olursa olsun, sitenize gelen kullanıcıların bir sonraki adımda ne yapacaklarını ve nasıl yapacaklarını kolayca öğrenmelerini sağlayabilirsiniz.

V. İşletmenizin iletişim bilgileri, web sitenizde kolayca bulunuyor mu?**✓ Evet, işletmemin iletişim bilgileri web sitemde kolayca bulunuyor**

Mükemmel. Kullanıcıların size kolayca ulaşmasını sağlamak, potansiyel müşteriler açısından güven oluşturmak ve şeffaflığı artırmak için harika bir yoldur.

✗ Hayır, işletmemin iletişim bilgileri web sitemde kolayca bulunmuyor

Potansiyel müşteriler üzerinde güven oluşturmak, işletmenizi rakiplerinizden ayırt etmenin önemli bir yoludur. Kullanıcıların size kolayca ulaşmasını sağlamak harika bir başlangıç olacaktır.

Aşağıda, müşterilerin işletmenize ilişkin güvenini artırmanın birkaç yolu daha belirtilmiştir:

- İşletmenizle ilgili müşteri referanslarını ve 3. taraf doğrulamaları ekleyin
- İşletmenizle ilgili bilgileri açık bir şekilde paylaşın ve işletmenizin ne yaptığını net bir şekilde belirtin
- Müşterilerden kişisel bilgiler talep ediyorsanız bunun nedenini ve elde ettiğiniz bilgilerle ne yapacağınızı net bir şekilde belirtin
- Sitenizde reklam yayınlıyorsanız, söz konusu reklamların ve sponsorlu bağlantıların, geri kalan site içeriğinden ayırt edildiğinden emin olun

VI. Kullanıcıların sitenizde görmelerini istediğiniz en önemli bilgi nedir?

Sitenize yeni bir kullanıcı geldiğinde, söz konusu önemli bilgiyi hemen bulabilir mi?

✓ Evet, web siteme gelen ziyaretçiler en önemli bilgiyi hemen bulabilir

Harika! Potansiyel müşterileri ödeme yapan müşterilere dönüştürmek istiyorsanız, web sitenizin kolayca gezinilebilir olması çok önemlidir.

✗ Hayır, sitemdeki en önemli bilgi hemen görülüyor

Potansiyel müşterileri ödeme yapan müşterilere dönüştürmek istiyorsanız, web sitenizin kolayca gezinilebilir olması çok önemlidir. Sitenize gelen kullanıcıların ilk olarak işletmenizle ilgili en önemli bilgiyi gördüğünden emin olun.

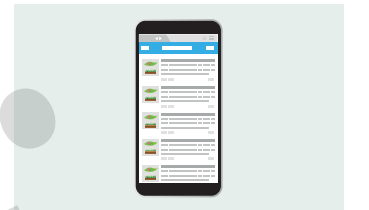
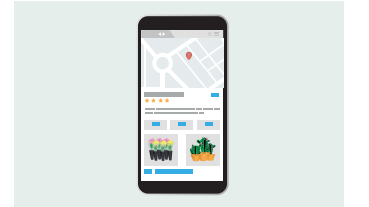
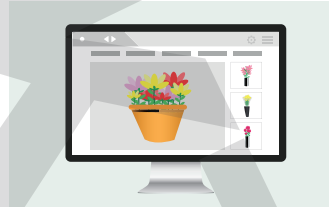
Aşağıda, yüksek performans gösteren bir web sitesi oluşturmaya ilişkin birkaç ipucu daha verilmiştir:

- Önemli bilgileri sayfanın üst kısmına doğru yerleştirin: Sitenize gelen ziyaretçilerin en önemli içeriğinizi bulmalarını kolaylaştırın. Sayfaya gelen müşterilerin bu bilgileri hemen görebilmesini ve bunun için sayfayı aşağı kaydırmak zorunda kalmamasını sağlayın.

- Daha küçük ekranları da hesaba katın: Artık yalnızca masaüstü bilgisayarları hesaba katmamalısınız. Müşterileriniz gün boyunca, cep telefonları ve tabletler gibi farklı dijital cihazlar kullanır. Ekran küçüldükçe kullanıcıların istediklerini bulması zorlaşabilir. Sitenize gelen herkesin, hangi cihazı kullanıyor olursa olsun, aradığını bulduğundan emin olmanın en iyi yolu, otomatik olarak kullanıcıların cihazlarına göre ayarlanan bir web sitesi oluşturmaktır.
- Gezinmeyi basitleştirin: Aşağıdakileri yaparak sitenizi temiz, net ve basit tutun:
 - İşletmenizle ilgili müşteri referanslarını ve 3. taraf doğrulamaları ekleyin
 - İşletmenizle ilgili bilgileri açık bir şekilde paylaşın ve işletmenizin ne yaptığını net bir şekilde belirtin
 - Müşterilerden kişisel bilgiler talep ediyorsanız bunun nedenini ve elde ettiğiniz bilgilerle ne yapacağınızı net bir şekilde belirtin
 - Sitenizde reklam yayınlıyorsanız, söz konusu reklamların ve sponsorlu bağlantıların, geri kalan site içeriğinden ayırt edildiğinden emin olun
- Daha fazla bilgiye yönlendiren hızlı bağlantılar ekleyin: Müşterilerin, isteyebilecekleri, reklamı yapılan ürün hakkındaki herhangi bir ek bilgiye ilişkin bağlantıları bulmalarını kolaylaştırın. Göze çarpan bir "Daha fazla bilgi edinin" bağlantısı buna örnektir.

VII. İşletmeniz web siteniz dışındaki dijital ortamda

(örneğin ücretsiz bir Google Benim İşletmem girişi veya sosyal medya sitesi) faaliyet gösteriyor mu?



✓ Evet, işletmem web sitemiz dışında da İnternet üzerinde faaliyet gösteriyor

Asıl konuya geldik. Web büyük bir alandır ve bu nedenle, işletmenizin, web siteniz dışında da İnternet üzerinde güçlü bir şekilde faaliyet göstermesi gerekir. Bu, işletmenizin görünürlüğünü artırabilir ve daha fazla müşteriye ulaşmanıza yardımcı olabilir.

✗ Hayır, işletmem web sitemiz dışında İnternet üzerinde faaliyet göstermiyor

Web büyük bir alandır ve bu nedenle, işletmenizin, web siteniz dışında da İnternet üzerinde güçlü bir şekilde faaliyet göstermesi gerekir. Bu, işletmenizin görünürlüğünü artırabilir ve organik (ücretsiz) arama sonuçlarındaki yerleşiminizi potansiyel olarak iyileştirebilir.



İyi haber; İnternet üzerinde faaliyet göstermek kolay ve ücretsizdir! Ücretsiz bir **Google Benim İşletmem** girişi oluşturarak bunu yapmaya başlayabilirsiniz. Bu, güncel iş bilgilerinizin Google Arama ve

Google Haritalar'da görünmesini ve böylece müşterilerin hangi cihazdan olursa olsun sizi bulup işletmenizle iletişime geçebilmesini sağlar.

İşletmeniz için sayfa veya giriş oluşturmanıza olanak tanıyan ücretsiz sosyal medya siteleri ve hizmetlerinden de yararlanabilirsiniz.

Yukarıdaki sorulardan herhangi birine "Hayır" yanıtını verdiyseniz, web sitenizi güncellemeyi düşünebilirsiniz. Bu sayede, müşterilerinize daha iyi bir deneyim sunmakla kalmaz, Google Ads yatırımınızdan en iyi şekilde yararlanmanızı sağlayacak şekilde konumlandırılırsınız.

Daha iyi sonuçlar için web sitenizi iyileştirme hakkında biraz daha bilgi edinin. Web sitenizi ve Google Ads'i kullanmaya başlama konusunda ücretsiz danışmanlık için AdresGezini ile iletişime geçebilirsiniz.

1.3. DİJİTAL PAZARLAMA İÇİN GOOGLE ADS KULLANMA

Dijital pazarlamayla ilgili temel bilgileri edindiğinize, dijital pazarlamanın avantajlarını öğrendiğinize ve web sitenizin hazır olup olmadığını değerlendirdiğinize göre, sizi Google'ın dijital reklamcılık programı Google Ads ile tanıştırmak ve size uygun olduğundan emin olabiliriz.



GOOGLE ADS VE İŞLEYİŞİ

Bir kullanıcı ürün veya hizmetlerinizle alakalı terimleri aradığında ya da işletmenizle alakalı içerik bulunan bir web sitesini ziyaret ettiğinde reklamınız gösterilebilir. Nasıl işler?

Anahtar kelimeler müşterilerle bağlantı kurmanızı sağlar

Anahtar kelimeler, Google Ads kampanyanızı oluştururken seçtiğiniz kelimeler veya kelime öbekleridir. Bunlar, potansiyel müşterilerinizin sizinkilere benzer ürün veya hizmetler için arama yaparken kullanma ihtimalinin yüksek olduğunu düşündüğünüz terimlerdir.

Anahtar kelimelerinizi, oluşturduğunuz reklamlarla eşleştirerek, bir kullanıcı benzer terimleri aradığında veya alakalı içeriğe sahip bir web sitesini ziyaret ettiğinde reklamının gösterilebilmesini sağlar.

Örneğin, çiçek satıyorsanız, çiçek siparişi tanıtımı yapan bir reklamla birlikte çiçek siparişi ifadesini anahtar kelimelerinizden biri olarak kullanabilirsiniz. Bir kullanıcı Google'da çiçek siparişi, çiçek gönder kelime öbeğini veya benzer bir terimi aradığında reklamınız, Google arama sonuçlarının yanında veya çiçek satışıyla ilgili diğer web sitelerinde görünebilir

Harekete geçin ve reklam açık artırmasına girin

Google Ads, hangi reklamların gösterilmesi gerektiğini nasıl belirler? İşlemin tamamı, kullanıcılar Google'da her arama yaptığında veya reklam gösteren bir siteyi her ziyaret ettiğinde yapılan ve yıldırım hızında gerçekleşen bir reklam açık artırmasında gerçekleşir.



Google Ads, açık artırmadaki her reklam için Reklam Sıralaması adı verilen bir puan hesaplar. Reklam Sıralaması, reklam konumunuzu ve reklamlarınızın gösterilmeye uygun olup olmadığını belirler. Genel olarak, en yüksek Reklam Sıralamasına sahip reklam en üst konumda, ikinci en yüksek Reklam Sıralamasına sahip reklam ise ikinci konumda (reklamlar ilgili eşikleri karşıladığında) görünür. Reklam Sıralamasının beş faktörü olduğunu düşünebilirsiniz:

- **Teklifiniz:** Teklifinizi ayarladığınızda, reklamınıza yapılan bir tıklama için ödemek istediğiniz maksimum tutarı Google Ads'e bildirmiş olursunuz. Gerçekte ödediğiniz tutar ise genellikle bu tutardan daha düşüktür ve teklifinizi istediğiniz zaman değiştirebilirsiniz.
- **Reklamlarınızın ve açılış sayfanızın kalitesi:** Google Ads, reklamınızın ve reklamda bağlantısı verilen web sitesinin, onu görece kullanıcı için ne kadar alakalı ve yararlı olduğuna da dikkat eder. Reklamınızın kalitesiyle ilgili değerlendirmemiz Kalite Puanı olarak özetlenir. Google Ads hesabınızdan Kalite Puanını izleyebilir ve iyileştirmeye çalışabilirsiniz.
- **Reklam Sıralaması eşikleri:** Kaliteli reklamlar yayınlanmasına yardımcı olmak amacıyla, bir reklamın belirli bir reklam konumunda gösterilmesi için ulaşılması gereken minimum kalite eşiklerini belirleriz.
- **Arama bağlamı:** Reklam açık artırmasında bağlam önemlidir. Reklam Sıralaması hesaplanırken, kullanıcının girdiği arama terimlerini, arama anındaki coğrafi konumu, kullanılan cihaz türünü (bilgisayar veya cep telefonu gibi), sayfada gösterilen diğer reklamlar ile arama sonuçlarını, diğer kullanıcı göstergelerini ve özelliklerini dikkate alırız.

- **Reklam uzantılarınızın ve diğer reklam biçimlerinin beklenen etkisi:** Reklamınızı oluştururken reklama telefon numarası gibi ekstra bilgiler veya sitenizdeki belirli sayfalar için daha fazla bağlantı ekleme seçeneğiniz vardır. Bunlar, reklam uzantıları olarak adlandırılır Google Ads, kullandığınız uzantıların ve diğer reklam biçimlerinin reklamınızın performansını nasıl etkileyeceğini tahmin eder.

ÖDEYECEĞİNİZ NİHAİ TUTAR

Tıklama başına maliyet (TBM) teklifini kullandığınızda, yalnızca kullanıcılar ilgi gösterip reklamınızı tıkladığında ve web sitenizi ziyaret ettiğinde ödeme yaparsınız. Reklamınıza yapılan tıklama için ödemeye hazır olduğunuz en yüksek tutarı (maksimum tıklama başına maliyet teklifi olarak adlandırılır) Google Ads'e söylersiniz ancak ücretlendirildiğiniz tutar bundan daha düşük olabilir.



Google Ads bütçenizin kontrolü sizdedir. Harcamak istediğiniz günlük ortalama tutara siz karar verirsiniz. Reklamınızın daha popüler olduğu günlerde, bu değerli tıklamaları kaçırmamanız için Google Ads ortalama günlük bütçenizin iki katına kadar çıkmaya izin verir. Ancak, bir ay boyunca, ortalama günlük bütçenizin bir aydaki ortalama gün sayısına (30,4) çarpımıyla elde edilen tutardan daha fazla ücretlendirilmeyeceğiniz için endişelenmenize gerek yoktur.

Bir ayın ortasında duraklatılan veya başka bir nedenle tüm ay süresince yayınlanmayan kampanyalarınızda, ortalama günlük bütçeleriniz ile toplam masraflarınız arasında tutarsızlıklar olduğunu görebilirsiniz.

Dönüşümler için ödeme yaptığınız kampanyalarda, günlük harcamalarınız ortalama günlük bütçenizi 2 kattan fazla aşabilir.

Artık Google Ads'in işleyişini biliyorsunuz. Şimdi, size uygun olduğundan emin olalım.

SİZİN İÇİN EN UYGUN OLAN DİJİTAL PAZARLAMA SEÇENEĞİ HANGİSİ?

Google Ads ile reklam yayınladığınızda işinize finansal bir yatırım yaparsınız. Ancak başarıyı yakalamak için paradan daha fazlası gerekir. Google Ads hesabınızı düzenli olarak kontrol etmek ve yatırım getirinizden memnun oluncaya kadar ayarlamalar yapmak için zaman ayırmak da önemlidir.

Başarılı bir Google Ads hesabı yönetmek için gerekenlerin özeti aşağıda verilmiştir. Google Ads için gerekli zamanı veya bütçeyi ayıramayacağınızı düşünüyorsanız endişelenmeyin. Size, sınırlarınızı zorlamadan, işletmenizi doğru müşterilerin karşısına çıkarabilecek diğer Google hizmetlerini göstereceğiz.

Zaman yatırımı

Google Ads hesabınızda haftada en az bir kez oturum açmayı planlayın. Hesabınızda ne kadar zaman geçireceğiniz değişiklik gösterir. Ancak reklamlarınız ile anahtar kelimelerinizin performansını kontrol etmek ve performansı artıracak ayarlamalar yapmak için haftada 30 dakika ile bir saat arasında bir zaman ayırın.

Her yeni işte olduğu gibi, işin nasıl yapıldığını öğrenmek, başta biraz daha fazla zaman gerektirebilir. Bu kitaptaki sıradaki iki bölüme devam etmenizi öneririz. Bu bölümler, hedeflerinize göre doğru Google Ads kampanyasını oluşturmanız ve mümkün olduğunca hızlı bir şekilde sonuçlarınızı izlemeniz ve iyileştirmeniz için size yol gösterir.

Yatırımınızın karşılığını alıp almadığınızdan emin olacak zamanınız yok mu? Bunun yerine, zaman kazandıran şu seçeneklerden birini deneyebilirsiniz:

Reklam yayınlama işini Akıllı kampanyalara bırakma

Bir işletmeyi yönetmek zaten tam zamanlı bir iştir ve Akıllı kampanyalar, bütçenizden en yüksek değeri elde etmenize yardımcı olmak amacıyla internetteki reklamlarınızı otomatik olarak yöneterek bunu yapmanız için gerekli zamanı size sağlar. Ne tür bir ürün veya hizmet sunduğunuzu bize söylemeniz, reklamınızı yazmanız ve bir bütçe belirlemeniz yeterlidir. Gerisini bize bırakabilirsiniz.

Hesabınızı yönetecek sertifikalı bir uzman bulma

Google Ads hesabınızı sizin yerinize yönetmesi için bir Google İş Ortağı ile çalışmayı düşünün. Google İş Ortakları; Google Ads hesaplarını yönetebilecek AdresGezgini gibi Google Premier sertifikalı ajanslar, Google standart sertifikalı ajanslar, bireysel pazarlama uzmanları ve dijital pazarlama uzmanlarıdır.



Dünya genelinde binlerce Google İş Ortağı bulunuyor olsa da üst düzey hizmet alabileceğiniz Premier Partner sayısı çok daha azdır. Doğru iş ortağını seçmek sizin için en kritik kararlardan birisi olabilir.

Finansal yatırım

Tüm iyi yatırımlar gibi Google Ads'in de sonuç vermesi biraz zaman alır. Performansı artırırken özellikle dijital pazarlama için bütçe ayırmak faydalı olacaktır.

İşletmenizin ücretsiz olarak Google Haritalar'da görünmesi için Google Benim İşletmem'i kullanın



Bütçe ayırmaya hazır değilseniz veya yalnızca, işletmenizin Google üzerinde daha fazla yerde görünmesini istiyorsanız, Google Benim İşletmem'i deneyin.

Bu ücretsiz hizmet, kullanıcıların Google'da arama yaptıklarında işletmenizi görebilmeleri için Google Haritalar'da işletme girişleri oluşturmanıza ve yönetmenize olanak tanır. Bir kullanıcı işletmenizin adını veya kategorisini arattığında, işletme bilgileriniz Google.com, Google Haritalar ve Google Earth'te de görünebilir.

Google Ads'le devam etmek mi istiyorsunuz? Mükemmel! Bir sonraki bölümde **Yeni müşterilere ulaşacak bir kampanya oluşturma** konusuna odaklanacağız.