

NEDEN KULLANILMALIDIR ?

Meta platformu üzerinden yürütülen reklam kampanyaları instagram üzerinden yürütülen sponsorlu reklamlara kıyasla daha profesyonel bir yönetim paneli sunmaktadır. Aynı zamanda instagram üzerinden yayınlanan reklamlarda ödenen vergilendirme sistemi meta üzerinden yayınlanan reklamlar için geçerli değildir.

NASIL KULLANILIR ?

Meta üzerinden reklam kampanyaları yürütmek için bir facebook hesabı, bir facebook sayfası, bir meta hesabı ve bir instagram profesyonel hesabı gereklidir. Bu hesaplar birbirleri ile entegre edilerek reklam yayınlanabilir.

DİKKAT EDİLMESİ GEREKEN DETAYLAR

1. Hedef Kitle Belirlenmesi (Yaş, Bölge, Cinsiyet, Demografik Bilgiler)
2. Bütçe Belirlenmesi (Elde edilmek istenen sonuca göre belirlenmeli)
3. Kreatif Türü Belirlenmesi (Kaydırmalı Post, Hikaye, Reels vb.)
4. Kreatif İçeriği Belirlenmesi (İçerik Metni, Görsel ve Tasarım Konuları)
5. Reklam Alanları Belirlenmesi (Instagram Keşfet, Instagram Reels, Facebook Hikaye vb.)
6. Reklam Hedefi Belirlenmesi (Etkileşim, Trafik, Bilinirlik, Potansiyel Müşteri vb.)
7. Test ve Kreatif Denemeleri (Birden fazla kreatifi deneyerek en iyi sonuç veren kreatifi belirleme)
8. Yayınlanma Şekli (Profilde görünen kreatifler veya dark(sadece reklamda gözüken) kreatifler yayınlama)
9. Açıklama Metni (Açıklama yazıları müşterilere bilgi vermeli fakat çok uzun tutulmamalı)
10. Hazır Yanıt Metinleri (Reklamda müşterilerin sormak isteyeceği sorular önceden belirlenmeli ve entegre edilmeli)

REKLAM ÖĞRENME SÜRECİ

Meta üzerinden reklamlar yayımlandıktan sonra eğer daha önce uzun süre veya hiç reklam verilmediyse reklam setinin yayınlanan reklamı öğrenme süreci vardır. Bu öğrenme sürecinde %100 doğru raporlamalar almak pek mümkün değildir. Bu süreçte mümkün olduğunca çok yüksek bütçeler harcamaktan kaçınılmalıdır. Öğrenme süreci genellikle 15-30 gün sürmekle birlikte bu süreçte meta yapay zekası hedefimize uygun olan kitleye ulaşmak için farklı yöntemler dener.

RAPORLAMA

Meta üzerinden reklamlar yayımlandıktan sonra ilk 6 aylık süreçte 15 günde bir rapor çıkartıp analiz ederek gerekli düzenleme / güncellemeler yapılmalıdır. Sonraki süreçte ise bir reklam rutini sağlandıysa 30 günde bir rapor çıkartılıp analiz edilmelidir. Bu analizler reklamdan hedeflediğiniz sonuç ile aldığınız sonuç arasındaki farkı görebilmenin en önemli yoludur.