

Dijital Pazarlama Uzmanı Seçim Kontrol Listesi

Uzman, ajans veya freelance seçimi, fiyatlandırma ve sertifika doğrulama

Dijital pazarlama uzmanı mı, ajans mı, freelance mi?

Tek bir kişinin stratejiyi ve uygulamayı birlikte yönetmesi gereken küçük ve orta ölçekli işletmeler için deneyimli bir dijital pazarlama uzmanı veya danışman çoğu zaman en verimli seçenektir. Aynı anda çok sayıda kanal, yoğun içerik üretimi ve tasarım ihtiyacı varsa ajans; tek bir dar iş (ör. yalnızca reklam görseli) için freelance destek daha uygundur. Kurum içi ekip ise hacim kalıcı ve büyükse anlamlıdır.

Model	Güçlü yanı	Dikkat edilecek nokta	Kime uygun
Dijital pazarlama uzmanı veya danışman	Strateji ve uygulama tek elde, hızlı karar	Kapasite sınırlıdır; büyük üretim işleri için ekip gerekir	KOBİ, e-ticaret, yeni marka
Dijital pazarlama ajansı	Tasarım, video, içerik ve reklamda geniş ekip	Hesabınızla kimin ilgilendiğini netleştirin	Çok kanallı, yüksek üretim ihtiyacı olan markalar
Freelance dijital pazarlama uzmanı	Belirli bir işte esnek ve ekonomik	Strateji ve süreklilik riski	Dar kapsamlı, kısa süreli işler
Kurum içi ekip	Şirket bilgisi, tam zamanlı odak	İşe alım ve eğitim maliyeti	Kalıcı ve yüksek hacimli pazarlama

Freelance dijital pazarlama uzmanı ile çalışırken

- Reklam, analitik ve sosyal medya hesaplarının sahibi her zaman siz olun; uzmanı yönetici olarak davet edin.
- Kapsamı, rapor sıklığını ve hedefi yazılı olarak belirleyin.
- Sözleşmede reklam bütçesinin hizmet ücretinden ayrı olduğunu yazın.

Dijital pazarlama fiyatları ve danışmanlık ücretleri nasıl belirlenir?

Dijital pazarlama fiyatları dört modelden biriyle belirlenir: aylık sabit hizmet bedeli, proje bazlı ücret, saatlik danışmanlık veya performansa bağlı ek ödeme. Ücreti belirleyen başlıca etkenler yönetilecek kanal sayısı, reklam bütçesinin büyüklüğü, içerik üretim miktarı, raporlama sıklığı ve hedef pazar sayısıdır. Reklam bütçesi hizmet ücretine dahil değildir; doğrudan reklam platformlarına ödenir.

Model	Nasıl işler	Ne zaman uygun
Aylık sabit ücret	Belirli kanallar ve işler için her ay aynı bedel	Süreklilik gerektiren reklam, SEO ve sosyal medya yönetimi
Proje bazlı	Kurulum, denetim veya strateji gibi tek seferlik iş	GA4 kurulumu, hesap denetimi, site taşıma
Saatlik danışmanlık	Kullanılan saat kadar ödeme	Kendi ekibine yön isteyen şirketler
Performansa bağlı	Sabit ücrete ek olarak hedefe göre prim	Ölçümü güvenilir, satış döngüsü kısa işler

Teklif alırken sorulacak sorular

- Ücrete hangi kanallar ve kaç içerik dahil?
- Reklam bütçesi ayrı mı ödeniyor, hesap kimin adına?
- Rapor ne sıklıkla ve hangi metriklerle veriliyor?
- Sözleşme süresi ve fesih koşulları ne?

Reklam bütçesini planlamak için Google Ads bütçe hesaplayıcı ve Meta reklam bütçesi hesaplama aracı kullanılabilir.

En iyi dijital pazarlama uzmanı nasıl seçilir?

En iyi dijital pazarlama uzmanı, sizin işinize benzer işlerde ölçülebilir sonuç almış, sertifikalarını doğrulanabilir bağlantılarla gösteren, raporlamayı şeffaf yapan ve hesapları sizin adınıza kuran uzmandır. Seçim yaparken referans, doğrulanabilir sertifika, örnek rapor, hesap sahipliği ve iletişim düzeni birlikte değerlendirilmelidir. Garanti sıralama veya garanti satış vaat eden uzmana temkinli yaklaşın.

Dijital pazarlama uzmanı sertifikası nasıl doğrulanır?

Sertifika veya statü	Nereden doğrulanır
Google Partner	Google Partners dizinindeki şirket profili
Google Ads sertifikaları	Google Skillshop sertifika bağlantısı
Shopify Partner	Shopify Partner dizinindeki profil
Meta sertifikaları	Meta'nın kimlik bilgisi doğrulama sayfası

Bu sayfanın yazarının statüleri sertifikalar sayfasında doğrulama bağlantılarıyla listelenir.

Kontrol listesi

- Sizin sektörünüze veya iş modelinize benzer işler yapmış mı?
- Örnek bir aylık rapor gösterebiliyor mu?
- Reklam ve analitik hesaplarını sizin adınıza mı açıyor?
- Hedef ve başarı ölçütünü yazılı olarak belirliyor mu?
- Garanti sıralama veya garanti ROAS vaadi var mı? (Varsa uzak durun.)

Türkiye'de öne çıkan isimleri incelediğimiz Türkiye'nin en iyi dijital pazarlama uzmanları yazısına da bakabilirsiniz.

Bir dijital pazarlama uzmanıyla ilk 90 gün nasıl geçer?

İlk 90 gün genellikle üç aşamada ilerler: ilk 30 gün denetim, ölçüm düzeltmeleri ve hızlı kazanımlar; 31 ile 60. günler arası kampanya yapısının yeniden kurulması ve testler; 61 ile 90. günler arası en iyi çalışan kanala bütçe kaydırılması ve uzun vadeli SEO ile içerik planının başlaması. Reklamda ilk sinyaller haftalar içinde, SEO'da ise aylar içinde görülür.

Dönem	Yapılanlar	Çıktı
1 ile 30. gün	Hesap ve site denetimi, GA4 ve dönüşüm takibinin düzeltilmesi, bariz israfın kesilmesi	Denetim raporu, doğru ölçüm
31 ile 60. gün	Kampanya yapısının yeniden kurulması, kreatif ve teklif testleri	Test sonuçları, ilk karşılaştırma
61 ile 90. gün	Bütçenin kazanan kanallara kaydırılması, SEO ve içerik planının başlaması	Çeyreklik plan ve hedefler