

Meta Ads ve Conversions API Kurulum Rehberi

Kampanya amaçları, Pixel ve CAPI, kreatif testi

Meta Ads (Facebook ve Instagram reklamları) nasıl yönetilir?

Meta Ads, Facebook, Instagram, Messenger ve Audience Network'te reklam göstermeyi sağlayan sistemdir. Arama reklamlarından farkı, talebi yakalamaktan çok talep yaratmasıdır: Kullanıcı ürünü aramadan önce karşısına çıkar. Başarılı yönetim için doğru kampanya amacı, güvenilir ölçüm (Pixel ve Conversions API), sürekli yenilenen kreatifler ve yeterli bütçeyle öğrenme aşamasının tamamlanması gerekir.

Kampanya amacı	Ne için
Satışlar	E-ticaret ve online satış
Potansiyel müşteriler	Form, talep, randevu
Bilinirlik	Yeni marka, yeni ürün, geniş erişim
Trafik ve etkileşim	İçerik dağıtımı, topluluk

Bütçe planı için Meta reklam bütçesi hesaplama aracını kullanabilirsiniz.

Kaynaklar: Meta for Developers: Conversions API: <https://developers.facebook.com/docs/marketing-api/conversions-api>

Meta Pixel ve Conversions API neden birlikte kullanılır?

Meta Pixel tarayıcıdan, Conversions API ise sunucudan veya platformdan Meta'ya olay gönderir. Meta'nın belgesine göre Conversions API ile gönderilen sunucu olayları, Pixel olayları gibi ölçüm, raporlama ve optimizasyonda kullanılabilir. İkisi birlikte kullanıldığında tarayıcı engelleri nedeniyle kaybolan olaylar azalır; aynı olayın iki kez sayılmaması için tekilleştirme (deduplication) doğru kurulmalıdır.

1. Pixel'i site veya platform entegrasyonu üzerinden kurun.
2. Conversions API'yi platform entegrasyonu (ör. Shopify kanalı) veya sunucu ile bağlayın.
3. Aynı olaylar için event ID ile tekilleştirme yapın.
4. Events Manager'da olayların alındığını ve eşleşme kalitesini kontrol edin.
5. Test siparişiyle satın almanın tek kez sayıldığını doğrulayın.

Kaynaklar: Meta for Developers: Conversions API: <https://developers.facebook.com/docs/marketing-api/conversions-api>

Reklam kreatifi nasıl hazırlanır ve test edilir?

Etkili bir reklam kreatifi, ilk saniyelerde kime hitap ettiğini ve hangi sorunu çözdüğünü gösterir; ardından kanıt (yorum, sonuç, kullanım) ve net bir çağrı sunar. Test ederken aynı anda tek bir değişken (kanca, görsel, teklif veya format) değiştirilir ve kazanan, yeterli harcama ve dönüşüm biriktikten sonra seçilir. Kreatif yorgunluğu nedeniyle kazanan reklamlar da düzenli olarak yenilenmelidir.

Test edilen	Örnek
Kanca (ilk 3 saniye)	Soru, sonuç, sorun gösterimi
Format	Video, karusel, tek görsel
Kanıt	Müşteri yorumu, öncesi ve sonrası, uzman anlatımı
Teklif	Ücretsiz kargo, deneme, paket

Kanca fikirleri için viral hook üretici aracını kullanabilirsiniz.