



Serdar Sağlam
Dijital Marka Danışmanı

**Her ay binlerce
lira dijital reklama
harcıyorsunuz
ama geri dönüşü
sorduğunuzda
kimse net bir
cevap veremiyor.
Sorun bütçenin
azlığı değil,
o bütçenin
nereye gittiğini
bilmemek.**

Reklam Bütçenizi Çöpe Atmayın

Bunu sahada çok görüyorum: Bir KOBİ sahibi dijital reklama başlıyor, Google'a veriyor, Instagram'a veriyor, belki bir de Facebook'a. Ayın sonunda bakıyor, para harcanmış ama telefon eskisi kadar çalıyor. "Dijital reklam işe yaramıyor" diyor ve bırakıyor. Oysa sorun dijital reklamda değil, o reklamın plansız ve stratejisiz yapılmasında.

Danışmanlık süreçlerimde ilk sorduğum sorulardan biri şu: "Reklam bütçenizi neye göre belirliyorsunuz ve hangi metriği takip ediyorsunuz?" Çoğu zaman aldığım cevap sessizlik oluyor. Bütçe rastgele belirlenmiş, hedef kitle tanımlanmamış, reklam metni bir kere yazılmış ve aylar boyunca değiştirilmemiş. Tıklama var mı, dönüşüm var mı, maliyet düşüyor mu artıyor mu, kimse bakmıyor. Para harcamak ile yatırım yapmak arasındaki fark tam da burada başlıyor.

Bir gerçeğin altını çizmek istiyorum: Dijital reklamın en büyük gücü ölçülebilir olması. Geleneksel reklamda billboarda kaç kişi baktı bilemezsiniz ama dijitalde her kuruşun

nereye gittiğini, kaç kişiye ulaştığını, kaçının tıkladığını ve kaçının müşteriye dönüştüğünü görebilirsiniz. Ama bu veriyi okumuyorsanız, dijitalin size sunduğu en büyük avantajı çöpe atıyorsunuz demektir.

KOBİ'ler için doğru reklam stratejisi aslında dev bütçeler gerektirmiyor. Küçük ama doğru hedeflenmiş bir bütçeyle bile ciddi sonuçlar almak mümkün. Önemli olan herkese ulaşmaya çalışmak değil, sizin müşteriniz olabilecek kişiyi bulmak. Doğru anahtar kelime, doğru hedef kitle, doğru zamanlama ve sürekli optimize edilen bir kampanya yapısı. Bunu kurduğunuzda aynı bütçeyle iki katı, üç katı sonuç alırsınız.

Sonuç şu: Dijital reklam bir masraf kalemi değil, doğru yapıldığında işinizi büyütecek en güçlü araçlardan biri. Ama "vereyim de bir şey olsun" mantığıyla harcanırsa sadece cüzdanınız hafifler. Paranızı harcamadan önce stratejinizi kurun. Çünkü doğru strateji olmadan harcanan her kuruş, çöpe giden bir fırsattır.