



İyi gidiyorsunuz - çok az kaldı

Site genelinde etiketlemeyi, web için gelişmiş dönüşümleri, Onay Modu'nu ve Google Analytics 4'ü birlikte kullanarak işletmeniz, birinci taraf verileri oluşturabilir ve kullanabilir. Böylelikle reklam kampanyanızın performansını doğru şekilde ölçebilirsiniz ve sonuçlar alabilirsiniz.

Gizliliğe öncelik veren reklam stratejinizi geliştirmek için sonuçlarınıza göre reklam araçlarını kullanarak ek adımlar uygulayabilirsiniz.

1. Web için gelişmiş dönüşümleri etkinleştirin

Faydaları

Gelişmiş dönüşümler, Google etiketinizin toplayabileceği izlenebilir birinci taraf verilerin miktarını artırarak dönüşüm ölçümlemenizin doğruluğunu iyileştirebilir.

[Çözüm oluşturun](#)



Nasıl çalışır

Bir müşteriden dönüşüm elde ettiğinizde, topladığınız birinci taraf veriler oturum açmış olan Google Hesapları ile eşleştirilmek için karma (hashed) hale getirilmiş şekilde Google'a gönderilir. Bu sayede ilgili dönüşümler, gizlilik merkezli bir yoldan reklamlarla ilişkilendirilebilir.

[Çözüm oluşturun](#)

Nasıl başlanır

Web sitenizin arkayüzüne, Google Ads ve eğer kullanıyorsanız Google Etiket Yöneticisi için yönetici erişimine ihtiyacınız olacak. Ayrıca, müşteri verilerinin dönüşüm sayfanızda mevcut olduğunu doğrulamak için test amaçlı bir dönüşüm gerçekleştirmelisiniz.

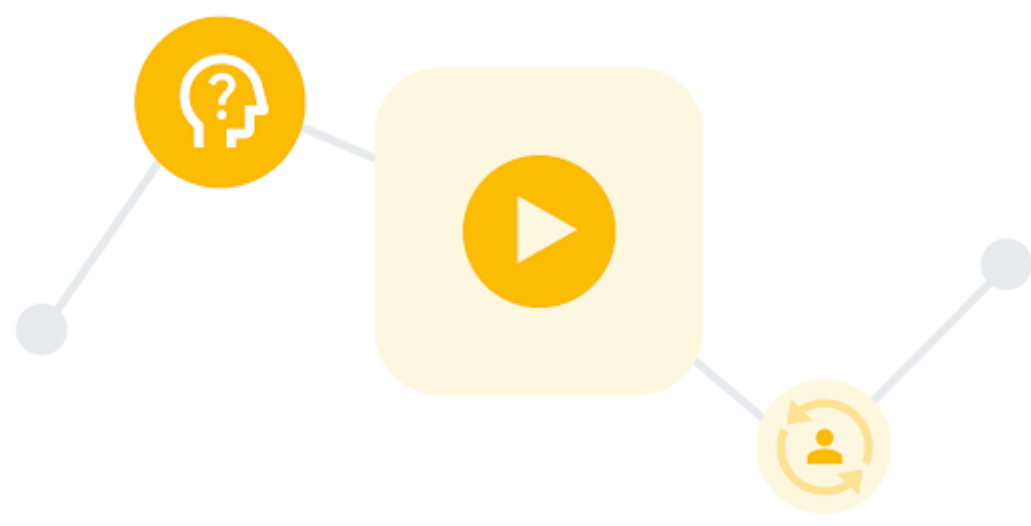
[Çözüm oluşturun](#)



Bir video eğitim izleyin

Web için gelişmiş dönüşümler ve etiket uygulama kurarak dönüşüm ölçümleme doğruluğunu nasıl iyileştirebileceğinizi öğrenin. Başlamak için YouTube'da aşağıdaki Google Ads eğitim videosunu izleyin.

[Şimdi izleyin](#)

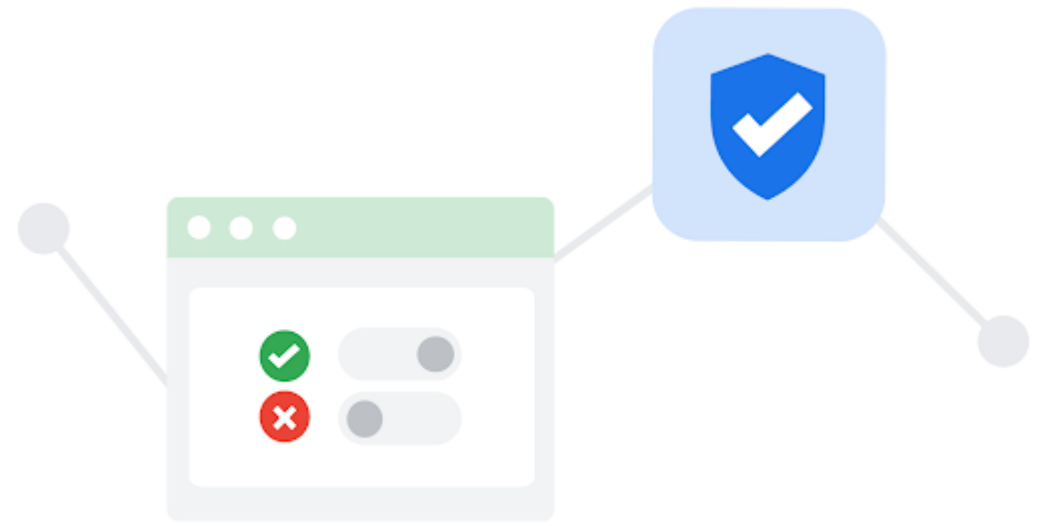


2. Onay Modu'nu Kurun

Faydaları

Onay Modu, site etiketlerinizin davranışlarını kullanıcılarınızın onay durumuna göre ayarlamayı sağladığından çerezler için onay verilmediğinde kayıp dönüşümleri geri kurtarma şansına sahip olursunuz. Bu özellik, reklam kampanyanızın performansını tüm ayrıntılarıyla görebilmeniz için gelişmiş dönüşümlerle birlikte çalışır.

[Çözüm oluşturun](#)



Nasıl çalışır

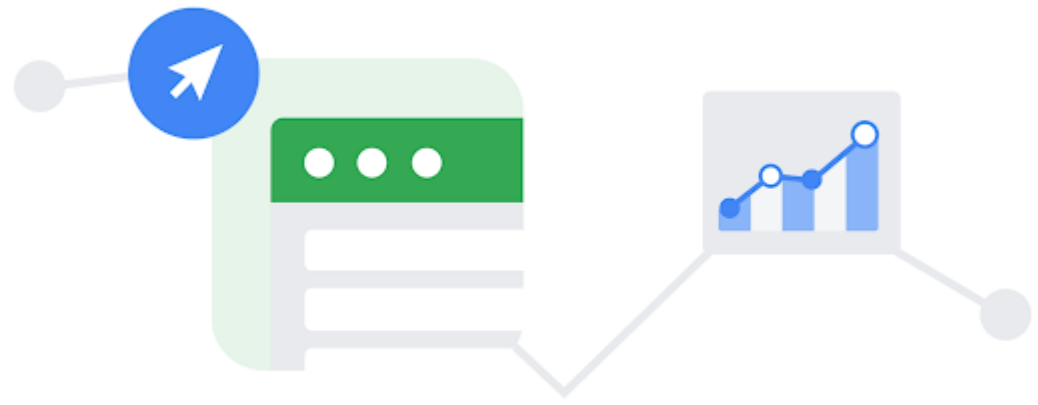
Bir müşteri çerezlere onay vermezse, Onay Modu modellemeyi kullanarak dönüşümü geri kurtardığı için, kullanıcının onay tercihine saygı gösterirken dönüşümleri de ölçebilirsiniz.

[Çözüm oluşturun](#)

Nasıl başlanır

Web sitenizin arkayüzüne, Google Ads ve Google Analytics 4 için yönetici erişimine ihtiyacınız olacak. Bir onay yönetim platformu kullanıp kullanmadığınızı ve çerez onay banner'ınızın çerez bloklamaya izin verip vermediğini de kontrol edin.

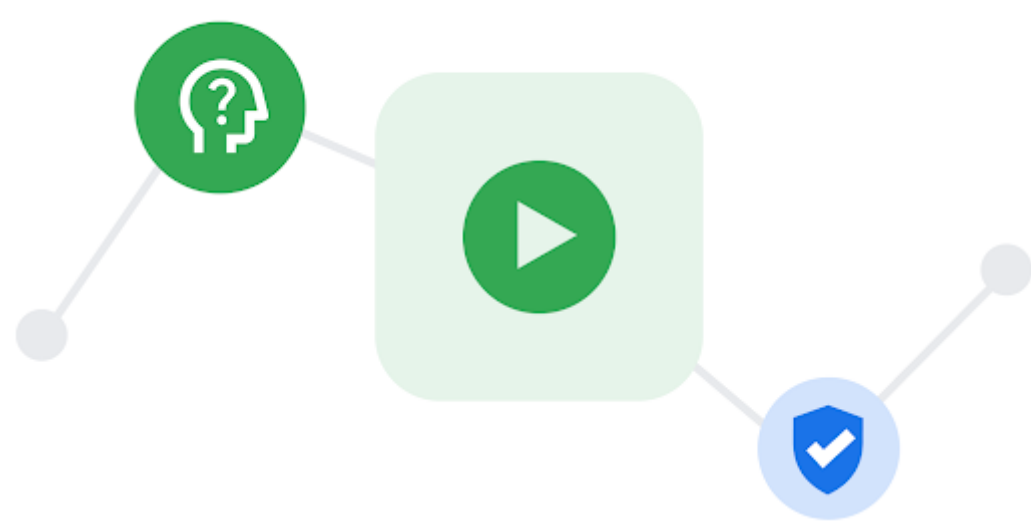
[Çözüm oluşturun](#)



Bir video eğitim izleyin

Gizlilik merkezli reklam ölçüm sistemi stratejinizi oluşturmak için Onay Modu'nu nasıl uygulayacağınızı öğrenin. Başlamak için YouTube'da aşağıdaki Google Ads eğitim videosunu izleyin.

[Şimdi izleyin](#)

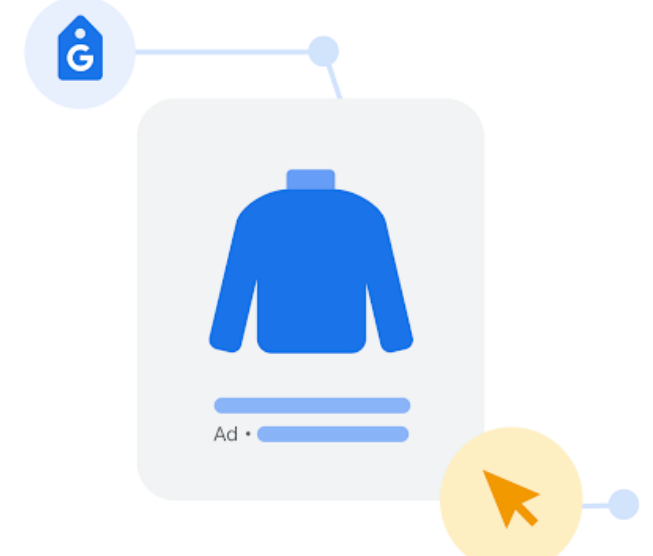


Reklam Gizlilik araçları bir arada nasıl çalışır

Bu çözümler, birinci taraf verileri oluşturmak ve kullanmak için eş zamanlı bir şekilde çalışarak reklam performansını optimize etmenizi sağlar.

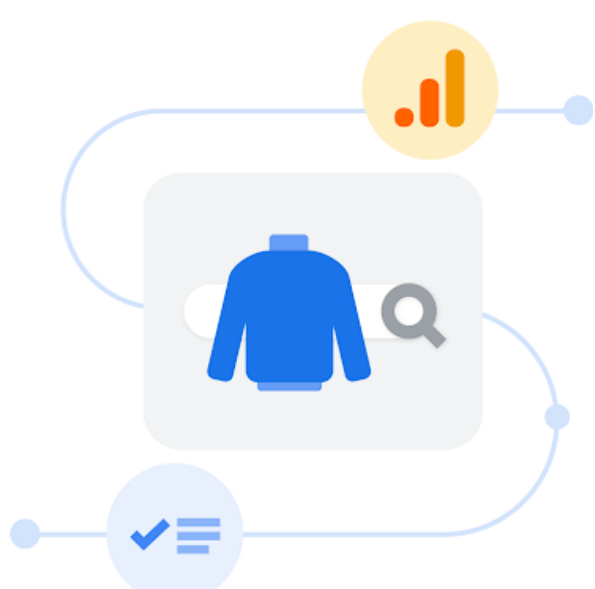
Bir müşteri reklamınıza tıklar

Site genelinde etiketleme, etkileşimleri ve izlenebilir dönüşümleri ölçmek için birinci taraf çerezleri sitenizde kurar ve bu sayede hangi anahtar kelimelerin, reklamların, reklam gruplarının ve kampanyaların müşteri etkinliğiyle sonuçlandığını görebilirsiniz.



Sitenize göz atarlar

Google Analytics 4, müşteri yolculuğunun tamamını görmenizi sağlar ve pazarlamanızı geliştirmenize yardımcı olmak amacıyla müşteri içgörülerini ortaya çıkarmak için Google Yapay Zeka'yı kullanır.



Bir şey satın alırlar

Web için gelişmiş dönüşümler, dönüşümlerinizin doğruluğunu iyileştirmek amacıyla boşlukları doldurur ve Onay Modu ise, müşterinizin çerezleri kabul etmemiş olması durumunda bilinmeyenleri çözer. Birlikte, reklam kampanyanızın performansını en iyi şekilde anlamanızı sağlarlar.

