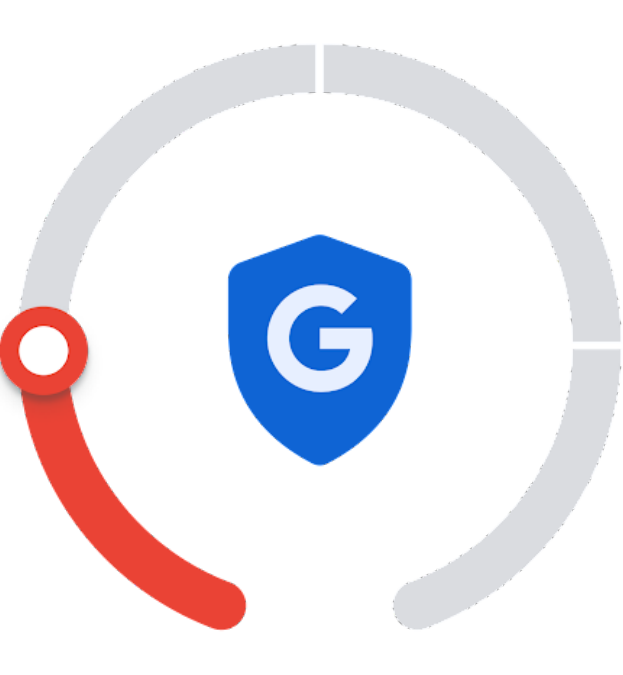




Reklam etkinlik ölçümü stratejinizi geliştirmek için kişiselleştirilmiş planınız hazır

Reklam kampanyanızın ölçümleme doğruluğunu geliştirmek ve sonuç almak için geri dönüşlere bağlı olarak adımlar uygulayabilirsiniz. Bunun için aşağıdaki çözümleri uygulayın:

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 gerçekleştirilmelidir.

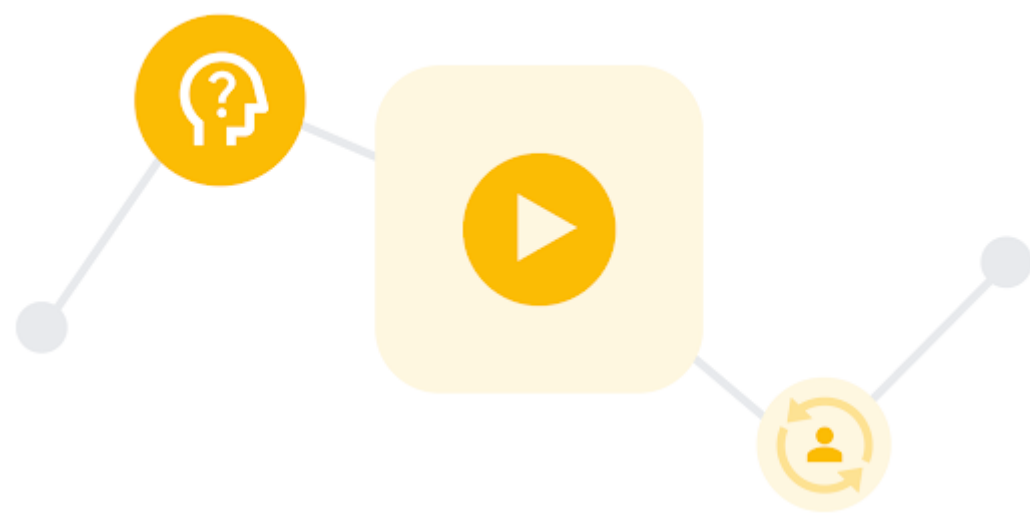
[Çözüm oluşturun](#)



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](#)

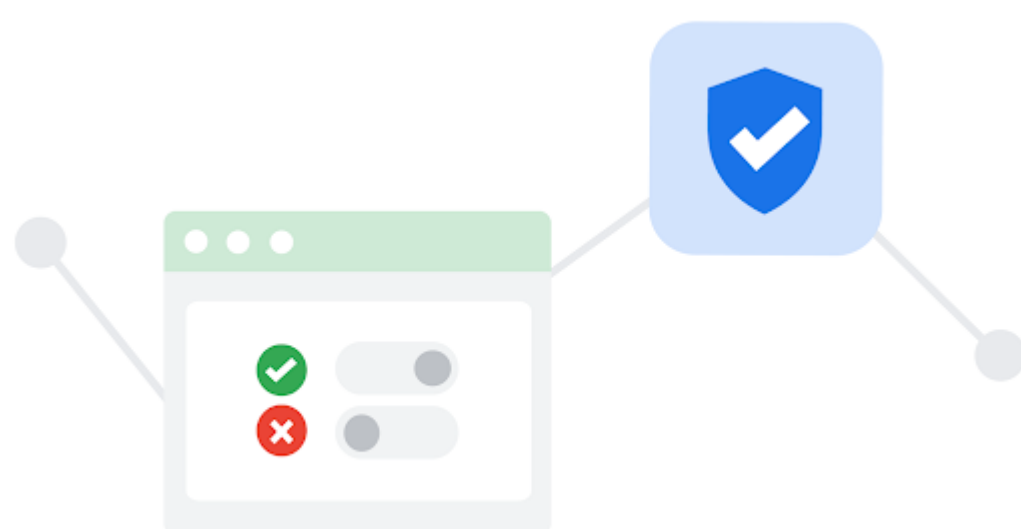


2. Onay Modu'nu Kurun

Faydaları

Onay Modu, site etiketlerinizin davranışlarını kullanıcılarınızın onay durumuna göre ayarlamanızı sağladığından çerezler için onay verilmemiş 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](#)



3. Google Analytics 4'ü kurun

Faydaları

Google Analytics 4, müşterilerinizi tam olarak anlamanız ve pazarlama yatırımı getirinizi iyileştirmeniz için Google Yapay Zekâ'yı kullanarak birinci taraf verilerinizden müşteri içgörülerini ortaya çıkarır.

[Çözüm oluşturun](#)



Nasıl çalışır

Google Analytics 4, topladığınız birinci taraf verileri kullanarak size müşteri içgörülerini sağlayan ve kişiselleştirilmiş kitleler inşa eden raporlar oluşturabilir.

[Çözüm oluşturun](#)

Nasıl başlanır

Web siteniz ve Google Analytics için yönetici erişimine ihtiyacınız olacak. Ayrıca, kurmak istediğiniz en fazla beş kitle ve etkinliği içeren bir liste getirin.

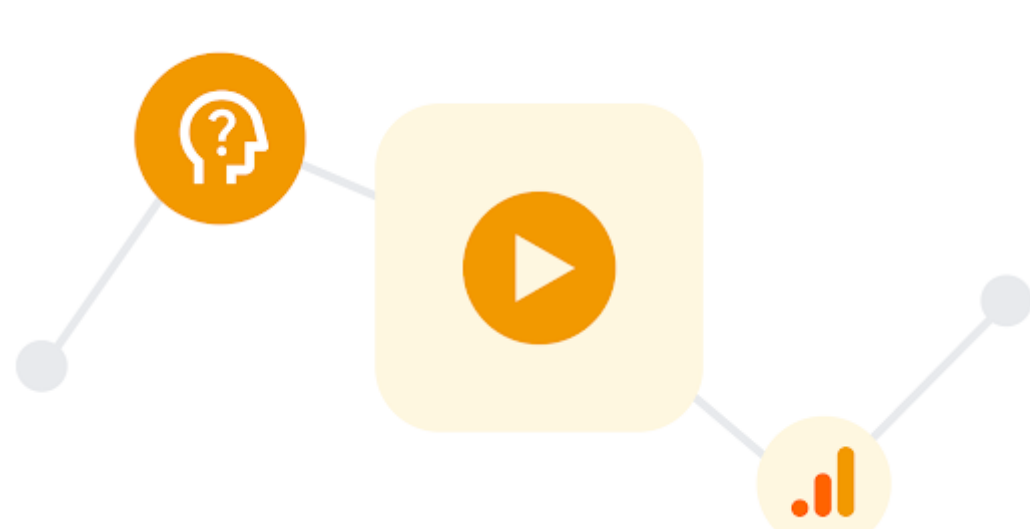
[Çözüm oluşturun](#)



Bir video eğitim izleyin

Google Etiket Yöneticisi'ni kullanarak Google Analytics 4'ü kurup işletmenizle ilgili içgörülerini nasıl elde edeceğinizi öğrenin. Başlamak için YouTube'da aşağıdaki Google Ads video eğitimini izleyin.

[Şimdi izleyin](#)

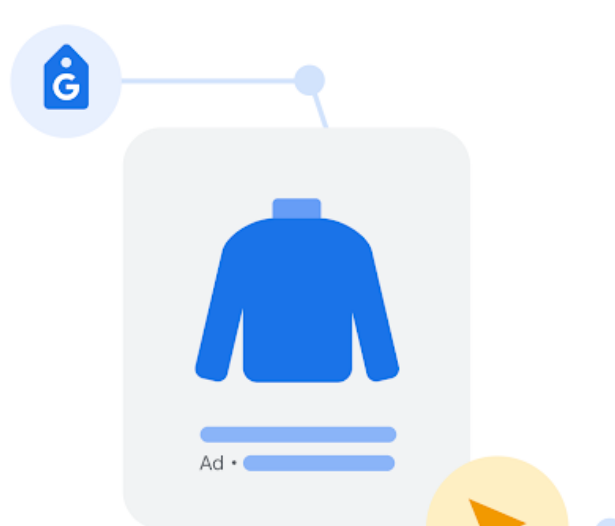


Reklam Gizlilik araçları bir arada nasıl çalışır

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

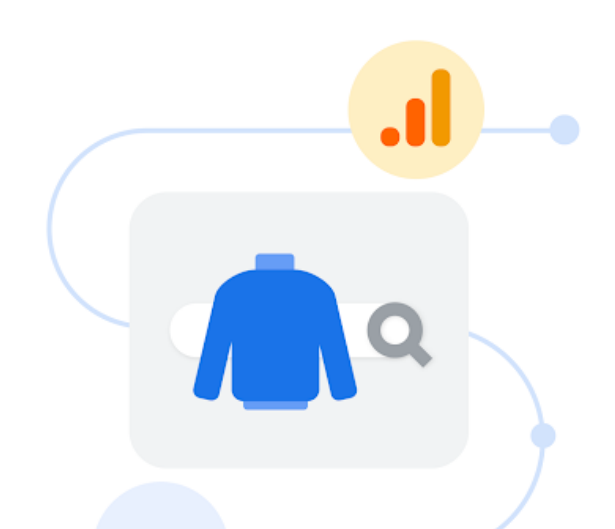
Bir müşteri reklamınıza tıklar

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 görmeyi sağlar ve pazarlamanızı geliştirmenize yardımcı olmak amacıyla müşteri içgörülerini ortaya çıkarmak için Google Yapay Zekâ'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.

