



Reklam etkinlik ölçümü stratejinizi geliştirmek için kişiselleştirilmiş planınız hazır

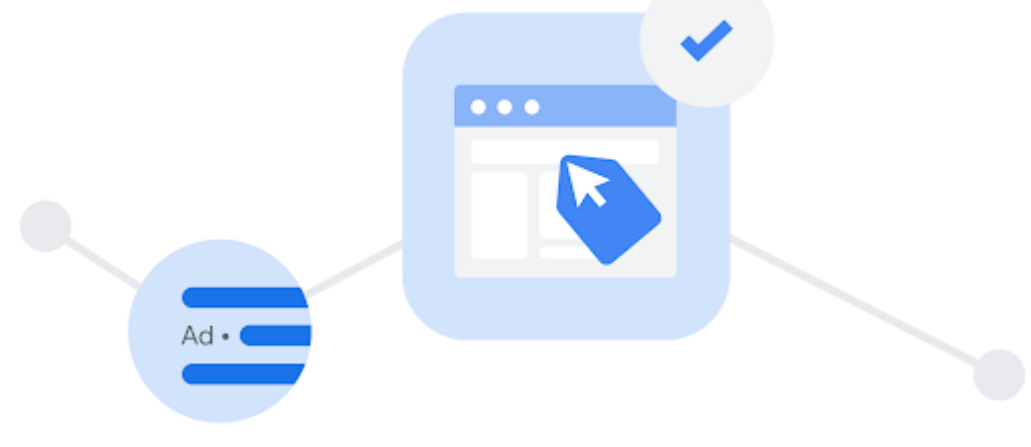
Reklam kampanyanızın ölçümleme doğruluğunu geliştirmek ve sonuç almak için geri dönüşlere bağlı olarak adımlar uygulayabilirsiniz. Bunun için aşağıdaki çözümleri uygulayın:

1. Site genelinde etiketleme ile başlayın

Faydaları

Etiketler, gizlilik merkezli ölçümlemenin temelini oluşturur. Hangi etkileşimlerin Google Ads dönüşümleri olarak sayılacağını belirleyerek daha doğru dönüşüm izleme sağlarlar.

[Çözüm oluşturun](#)



Nasıl çalışır

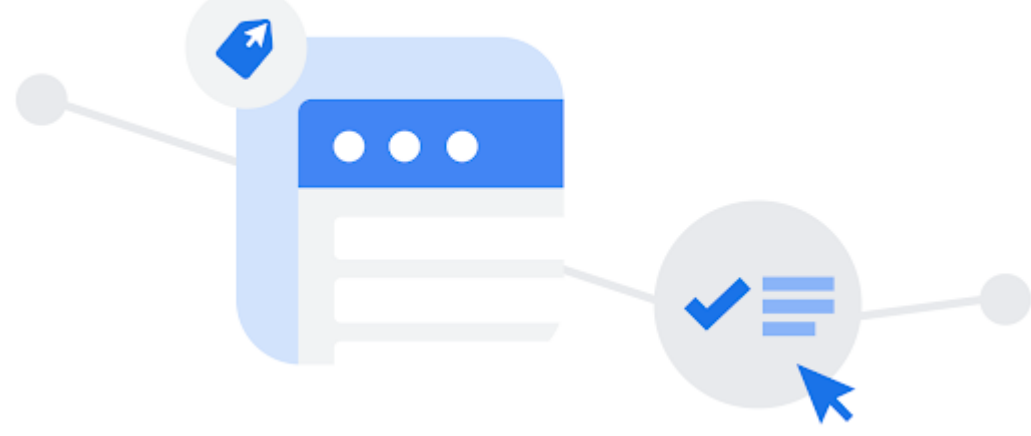
Site etiketleri, birinci taraf çerezleri web sitenize yerleştirir. Bir müşteri dönüştüğünde etiket bu çerezleri okuyabilir ve dönüşümü Google Ads hesabınızda kaydedebilir.

[Çözüm oluşturun](#)

Nasıl başlanır

Web sitenizin arkayüzü, Google Ads ve Google Etiket Yöneticisi (kullanıyorsanız) için yönetici erişimine ihtiyacınız olacak. Google Ads hesabınızda otomatik etiketlemeyi de etkinleştirmelisiniz.

[Çözüm oluşturun](#)



Bir video eğitim izleyin

Sağlam bir etiketleme altyapısı ile birinci taraf verilerinizden nasıl en iyi şekilde yararlanabileceğinizi öğrenin. Başlamak için YouTube'da aşağıdaki Google Ads eğitim videosunu izleyin.

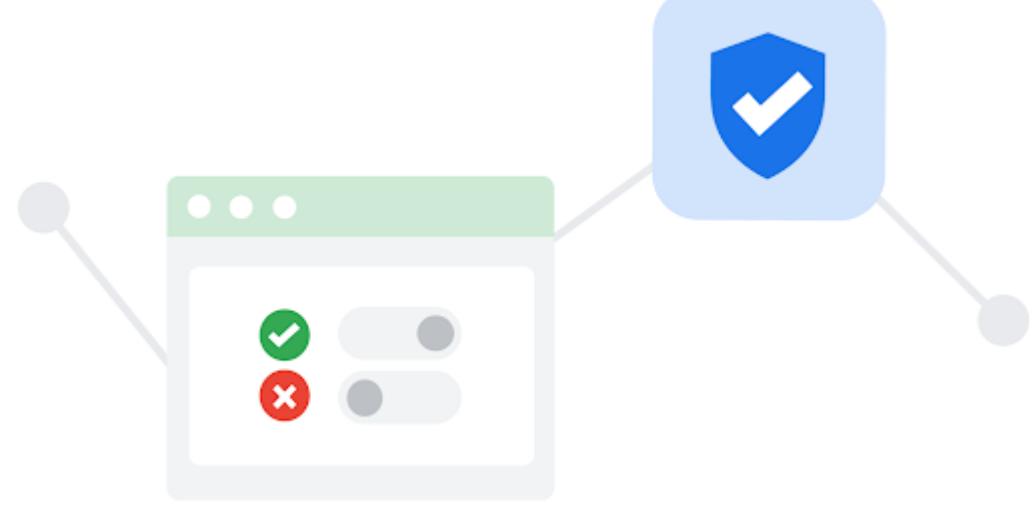
[Şimdi izleyin](#)

2. Onay Modu'nu Kurun

Faydaları

Onay Modu, site etiketlerinizin davranışlarını kullanıcılarınızın onay durumuna göre ayarlamayı sağladığından çerezler için onay vermediğinde 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.

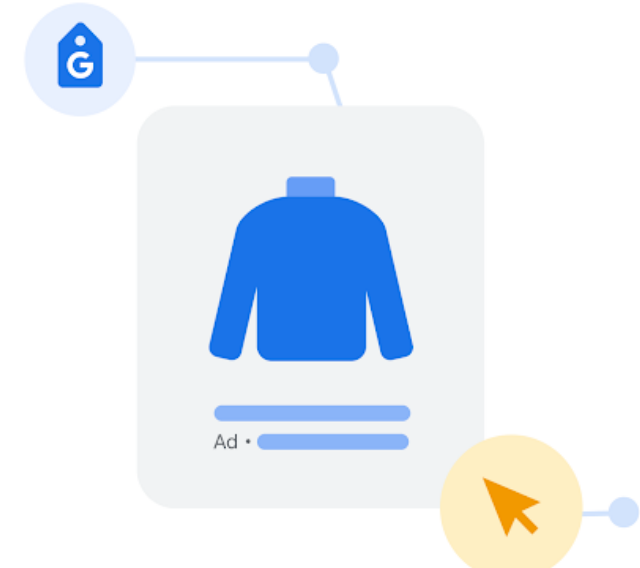
[Şimdi izleyin](#)

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.

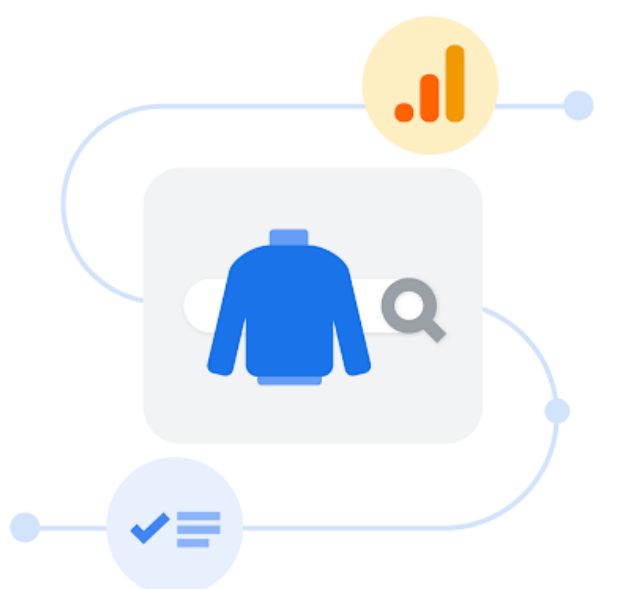
Bir müşteri reklamınıza tıklar

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 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.

