

Advantage+ Ön Koşul & Test Planlama Şablonu

— SMM / Meta Automation (v1.0)

Asset Amaç: Bu şablon, Meta Advantage+ (A+SC / A+LC) kampanyalarını devreye almadan önce sinyal kalitesi (pixel+CAPI), kreatif çeşitliliği ve algoritmanın besleneceği minimum event hacmi gibi teknik ön koşulları denetlemek üzere hazırlanmıştır. Amaç, yapay zekanın kontrolsüz bütçe harcamasını ve kontrol kaybını önleyerek, otomasyonu güvenli bir "test + ölçek" motoru olarak kullanmanızı sağlamak ve hibrit (manuel + AI) kurguyu net KPI kontrol noktalarıyla standardize etmektir.

Kim Kullanır?: Yüksek sinyal kalitesine ve sürekli kreatif üretim hacmine sahip olan otel, e-ticaret ve B2B hesaplarını yöneten kıdemli performans pazarlama uzmanları ve growth ekipleri.

Nasıl Kullanılır?

- Kampanyayı başlatmadan önce teknik altyapıyı, veri hacmini ve kreatif çeşitliliğini doğrulamak için ön koşul kontrol listesini eksiksiz doldurun.
- Algoritmanın performansını şeffağça ölçebilmek adına 14 günlük test planını tek değişken (single-variable) prensibiyle kurgulayın.
- Reklam setlerini sadece ciro odaklı değil; sıklık (frequency), kreatif yorgunluğu (creative fatigue) ve sinyal sağlığı gibi "Health KPI" metrikleriyle izleyerek kazanan kurguyu ölçekleyin.

TEMPLATE — Ön Koşul + Test Planı (Kopyala–Doldur)

1) Hedef Seçimi & Kampanya Tipi Rolü

- Ana Reklam Ağı Kampanya Hedefi:** Satışlar (Sales) | Potansiyel Müşteriler (Leads) | Uygulama Tanıtımı (App Promotion)
- Advantage+ Kampanyasının Sistemdeki Rolü:** Test Motoru (Sürekli yeni kreatif ve kitle denemeleri için) | Ölçek Motoru (Kazanan varlıkları yüksek bütçeyle büyüteç altına almak için)
- Manuel Yönetilen Katman (Yardımcı Manuel Setler):** Niş Kitle Segmentleri | Sıcak Yeniden Pazarlama (Hot Remarketing) | Politika ve KVKK Açısından Sıkı Denetim Gereken Hassas Kitleler (*Varsayım: Advantage+ sisteminin geniş kitle hedefleme doğasını dengelemek ve marka güvenliğini korumak adına manuel katman stratejisi dahil edilmiştir*).

2) Sinyal Altyapısı Sağlık Kontrolü (Pixel + CAPI)

- Meta Pixel Kurulumu:** Web sitesi veya landing page üzerindeki tarayıcı kaynaklı kodların eksiksiz çalıştığı doğrulandı.
- Dönüşümler API'si (Conversion API):** Sunucu tarafı (server-side) sinyal gönderim altyapısının aktif olduğu teyit edildi.
- Tekilleştirme (Deduplication) Uyumu:** Çift sayımı engellemek adına tarayıcı ve sunucu olay kimliklerinin (`event_id`) eşleştiği saptandı.
- Kampanya Ana Dönüşüm Olayları (Events):** Nitelikli Form (Lead) | Satın Alma (Purchase) | Doğrudan Rezervasyon (Complete Registration)

- **Veri Eşleşme Kalite Skoru (Event Match Quality):** Düşük | Orta | Yüksek
(Varsayım: Meta'nın yapay zeka modellerinin kitleyi doğru tahmin edebilmesi doğrudan bu kalite skorunun yüksek olmasına bağlıdır).

3) Minimum Veri ve Event Hacmi Sorgusu (Algoritma Öğrenim Eşiği)

- **Son 7 Gün İçinde Biriken Toplam Dönüşüm Sayısı:** _____ Adet
- **Son 30 Gün İçinde Biriken Toplam Dönüşüm Sayısı:** _____ Adet
- **Algoritmik Yeterlilik Yorumu:** Yeterli (Öğrenme sürecini hızla tamamlar) | Sınırdaki (Manuel destek gerekebilir) | Yetersiz (Otomasyon öncesi sinyal biriktirme kampanyası açılmalı) (Varsayım: Meta otomasyonlarının kararlı çalışması için reklam hesabı genelinde haftalık asgari dönüşüm hacminin test edilmesi gerekir).

4) Kreatif Havuzu ve Çeşitlilik Matrisi

- **Sistemde Aktif Olan Toplam Kreatif Varyasyon Sayısı:** _____ Adet (Algoritmanın optimizasyon yapabilmesi için ideal hedef: 6–10+ varyasyondur).
- **Format Dağılım Dengesi:** Statik Görsel (IMG) | Kaydırmalı Kart (CAR) | Dikey Video / Reels formatı (REELS) | Uzun Metraj / Tanıtım Videosu (VID)
- **Sosyal Kanıt (Proof) ve İkna Çeşitliliği:** Kullanıcı Deneyimi (UGC) | Müşteri Yorumları (Review) | Başarı Hikayesi / Vaka Çalışması (Case Study) | Net Fiyat/Fırsat Teklifi (Offer)
- **Kreatif Yenileme (Refresh) Takvimi:** Haftalık | 2 Haftalık | Aylık Periyotlarla

5) Bütçe Disiplini ve Koruma Sınırları

- **Planlanan Günlük Başlangıç Bütçesi:** _____ TL / USD / EUR
- **Güvenli Bütçe Artış Kuralı:** Algoritmanın tekrar "Öğrenme Aşısı" (Learning Phase) sürecine girmemesi için tek seferde maksimum %10 ile %20 arasında kademeli artış uygulanacaktır (Varsayım: Ani bütçe yükseltmelerinin birim maliyetleri bozmasını engellemek).
- **"Dur & Stabilize Et" Acil Durum Koşulları:** Edinme Başına Maliyet (CPA) hızla yükseldiğinde, Reklam Harcamalarının Getirisi (ROAS) taban sınırın altına indiğinde veya Reklam Sıklığı (Frequency) hedef kitle havuzunda aşırı doygunluğa işaret ederek tırandığında bütçe artışı durdurulur ve manuel optimizasyona geçilir.

6) KPI Kontrol Seti

Metrik Grubu	İzlenecek Temel Göstergeler	B2B / Kurumsal Kalite Göstergeleri (Varsayılan)
Performans Metrikleri	Edinme Başına Maliyet (CPA) + Reklam Getirisi (ROAS) + Dönüşüm Oranı (CVR)	Satışa Uygun Müşteri (SQL) Adedi
Hesap Sağlığı Metrikleri	Frekans (Frequency) + CPM/CTR Trend Analizi + Sinyal Kalite Düşüş Uyarıları	Toplantı/Demo Randevu Oranı (Meeting Rate)

7) 14 Günlük Çevik Otomasyon Test Planı

- **Gün 1 – Gün 3 | Baseline / Algoritmaya Dokunmama Evresi:**
Kampanya ilk bütçeyle yayına alınır. Öğrenme sürecinin stabil başlaması için kesinlikle manuel hedefleme değişikliği, bütçe müdahalesi veya kreatif eklemesi yapılmaz; sistemin ana veriyi işlemesi beklenir.
- **Gün 4 – Gün 7 | Kreatif Varyasyon ve Havuz Testi (Tek Değişken):**
Kazanan kreatif formatını bulmak üzere sisteme farklı kanca ve format yapıları eklenir. Yapay zekanın hangi kreatif kombinasyonuna bütçe ayırdığı ve hangi varyantın en düşük CPA ürettiği gözlemlenir.
- **Gün 8 – Gün 10 | Kademeli Bütçe Ölçekleme Denemesi:**
Performansı kararlı giden kurguda, %15'lik güvenli artış kuralı uygulanarak bütçe yukarı çekilir. CPA metriğinin bütçe büyümesine verdiği tepki ölçülür.
- **Gün 11 – Gün 14 | Hibrit Kurguda Manuel Setlerle Performans Karşılaştırması:**
Advantage+ kampanyasından elde edilen CPA ve CVR verileri, paralel çalışan geleneksel manuel reklam setleriyle (Lookalike, İlgili Alanı) Looker Studio üzerinde toplatılır.
- **Nihai Karar Değerlendirmesi:** Test takvimi sonunda otomasyonun sürdürülebilir kârlılık sağladığı kurallar kilitletlenir ve ana bütçe dağılımında ölçekleme kararı verilir.

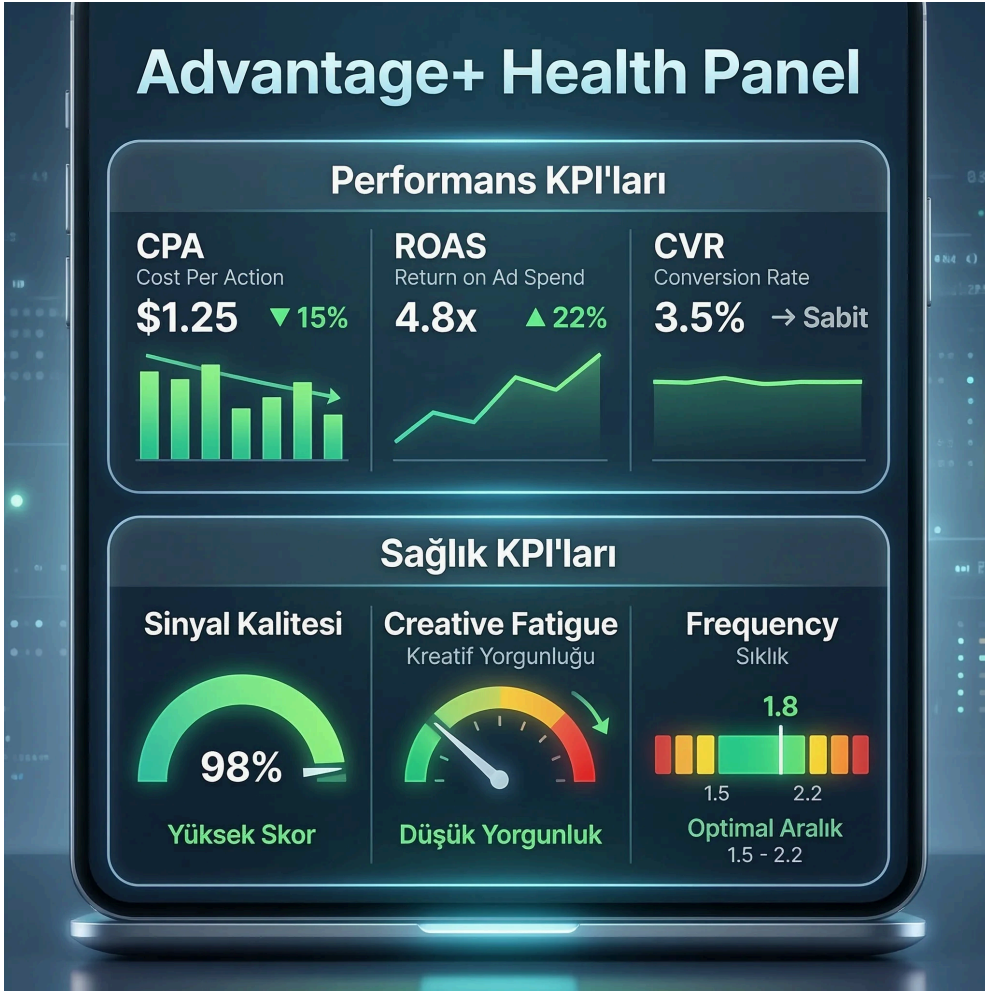
Deliverables (Teslim Edilecek Çıktılar)

- Teknik Kayıpları Başlamadan Önleyen Otomasyon Ön Koşul Checklist Çıktısı
- Algoritmanın Sapmalarını Gösteren 14 Günlük Test Planı ve Sağlık KPI Paneli
- Reklam Yorgunluğunu Çözecek Sürekli Hazır Kreatif Havuzu (Creative Pool) Listesi
- Ani Zararları Engellenen Otomasyon Sınırları ve Ölçekleme Kuralları (Guardrails)



[Checklist / Framework Card]

Medya planlama uzmanları ve performans pazarlamacılarının Meta Advantage+ kampanyalarını aktif etmeden önce kontrol edeceği; Pixel ve CAPI sunucu entegrasyon doğruluğu, çift sayımı önleyen veri tekilleştirme onayı, son 7 günlük asgari dönüşüm hacmi analizi, 6-10 adet arası farklı formatta kreatif çeşitliliği ve acil durum durdurma kurallarının belirlenmesi maddelerini içeren kare formatlı operasyonel teknik ön koşul denetim ve framework kart tasarımı



[KPI Card]

Yapay zeka ve otomasyon kampanyalarının performans sağlığını izlemek için geliştirilmiş; sol tarafta finansal çıktıları (CPA, ROAS, CVR) içeren performans sütununu, sağ tarafta ise yapay zekanın veri besleme kalitesini gösteren hesap sağlığı metriklerini (Frequency, CPM trendi, veri eşleşme kalitesi skoru) eş zamanlı olarak iki farklı veri kümesi halinde sunan, grafik destekli modern kare formatlı kampanya KPI gösterge panel tasarımı