

Reels Ads Kreatif & Test Planlama Şablonu — Paid Reels (v1.0)

Asset Amaç: Bu şablon, organik reels'leri "ham madde" gibi kullanıp hedef ve kitleye göre Reels Ads kreatiflerine uyarlamanızı sağlar. Hook, süre, proof ve CTA varyasyonlarını tek sayfada planlayarak A/B testleri disiplinli yürütmenize yardım eder. Otel ve B2B kampanyalarında kazanan kreatifleri hızlıca ölçeklemek için tasarlanmıştır.

Kim Kullanır?: Meta Ads kullanan otel/turizm ve B2B ekipleri ile ajans performance yöneticileri.

Nasıl Kullanılır?

- Kampanya hedefinizi (Erişim, Trafik, Dönüşüm vb.) ve hedef kitle tipinizi (Soğuk kitle veya Sıcak/Remarketing kitlesi) net olarak seçin.
- Formülize edilmiş kreatif iskeletine göre (Hook + Ana Mesaj + Proof + CTA) birbirini destekleyen 3 farklı kreatif varyasyonu üretin.
- Test süreçlerini tek bir değişken kuralına göre yürüterek kazanan kreatifi belirleyin, reklam bütçesini bu standarda göre ölçekleyin.

TEMPLATE: Reels Ads Kreatif Planı (Boş Şablon Yapısı)

A) Kampanya Çerçevesi

- Kampanya Amacı / Hedef:** Erişim | Trafik | Lead (Form) | Rezervasyon / Satın Alma
- Hedef Kitle Tipi:** Soğuk Kitle (Lookalike/İlgi Alanı) | Sıcak Kitle (Remarketing/Custom Audience)
- Pazarlama Teklifi / Ana Vaat:** _____
- Yönlendirilecek Landing Page / Form:** _____
- Optimizasyon Baş KPI Hedefi:** _____ (Örn: Cost Per Lead - CPL veya ROAS)

B) Kreatif İskeleti (Her Varyasyon İçin Ortak Matris)

- Hook / Kanca (0–3 sn):** _____
- Tek Mesaj / Gövde (3–12 sn):** _____
- Proof / Kanıt Bloğu (Opsiyonel):** _____ (Müşteri yorumu, veri, ödül veya sertifika)
- CTA / Kapanış Çağrısı (Final):** _____
- Hedeflenen Video Süresi:** _____ Saniye
- Ses / Audio Tercihi:** Trend Müzik | Voice-Over (Dış Ses) | Doğal Ambiyans Sesi
- On-Screen Text (Ekran Metni):** Var | Yok

C) Varyasyon Seti (3'lü Reklam Seti Tasarımı)

- V1 (Kanca Testi) \$rightarrow\$ Hook Tipi:** Soru | Doğrudan Vaat | Görsel/Metinsel Kontrast
- V2 (Aksiyon Testi) \$rightarrow\$ CTA Metni Değişimi:** _____ (Örn: "Fiyatları Gör" vs "Yerinizi Ayırtın")

- **V3 (Güven Testi) \$\\rightarrow\$ Proof Katmanı:** Kanıt/Yorum Var | Kanıt/Yorum Yok (Sadece Atmosfer/Ürün)

D) Test Planı (1 Değişken Kuralı)

- **Test Edilen Ana Değişken:** Hook (İlk 3 sn) | CTA Dili | Video Süresi | Proof (Kanıt) Kullanımı
- **Test Süresi / Gün:** _____ Gün (Önerilen: Minimum 4-7 gün)
- **Karar Kuralı (Kazanma Kriteri):** _____ (Örn: En düşük Outbound CPR veya en yüksek Hook Rate)
- **Test Sonucu Notu:** _____

E) Ölçüm Uyum Notu (Tracking / CRM Entegrasyonu)

- **UTM Standardı:** Reklam URL alanında dinamik Meta parametreleri tanımlandı mı?
- **Meta Pixel & GA4 Event Durumu:** Landing Page View (LPV), Lead veya Purchase event'leri aktif olarak çalışıyor mu?
- **CRM Kaynak Alanı:** Gelen lead'lerin veya rezervasyon taleplerinin hangi kreatiften (Ad ID) geldiği CRM sistemine besleniyor mu?

Reklam Kreatiflerini Yönetirken Uyulması Gereken 5 Altın Kural

1. **Tek Reklam Kreatifi = Tek Mesaj + Tek Aksiyon:** Reklam videosunun içinde hem oda konforunu, hem SPA paketini, hem de mutfağı aynı anda satmaya çalışıp kullanıcının kafasını karıştırmayın.
2. **Kitle Tipine Göre İntro Tasarımı:** Markanızı hiç tanımayan soğuk kitleye doğrudan satış teklifiyle girmeyin (vaat/soru ile başlayın); sizi tanıyan sıcak kitleye ise doğrudan fayda, sosyal kanıt ve CTA odaklı yaklaşın.
3. **İlk 3 Saniye Ayrı Bir Test Evrenidir:** Reklam bütçesinin boşa gitmesini engellemek adına videonun kalan kısımları tamamen aynı olsa bile, sadece ilk 3 saniyedeki kancaları (hook) değiştirerek A/B testleri kurgulayın.
4. **Proof Güveni Hızlandırır:** Özellikle yüksek bütçeli otel rezervasyonlarında veya B2B form toplama (lead generation) süreçlerinde kreatif içine serpiştirilecek mini bir müşteri yorumu ya da başarı verisi dönüşüm oranlarınızı doğrudan tetikler.
5. **CRM Uyumu Yoksa Optimizasyon Körleşir:** Meta panelindeki düşük form maliyetleri sizi yanıltabilir. Gelen lead'lerin CRM tarafında gerçek satışa dönüp dönmediğini ölçümleyemiyorsanız kreatif optimizasyonunuz eksik kalır.

Sektörel Uygulama Örnekleri

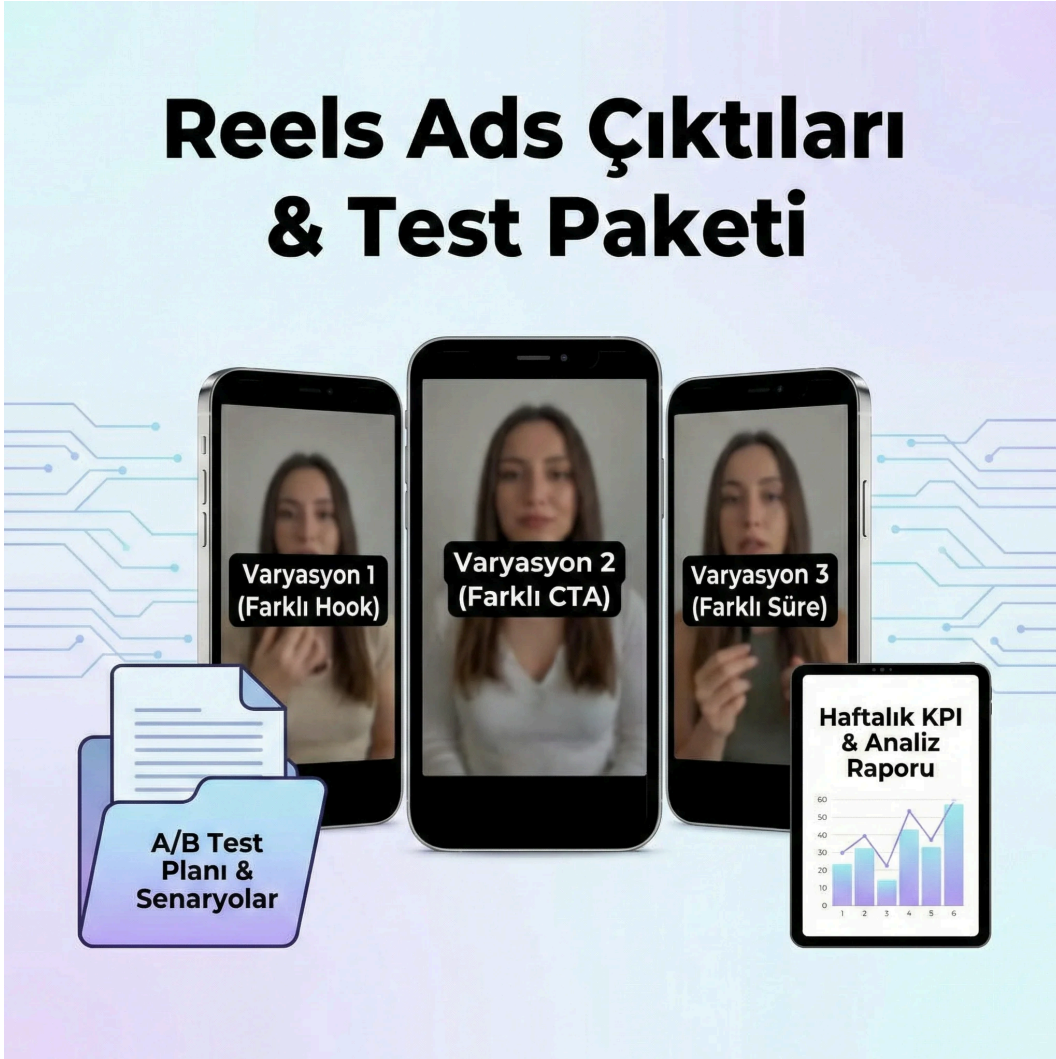
- **Otel / Trafik / Soğuk Kitle Senaryosu:**
 - *Hook (0-3 sn):* "Antalya'da her şey dahil 45 saniyelik bir tatil modu."
 - *CTA Metni:* "Sınırlı sayıdaki dönem paket fiyatlarını gör: Profildeki Linke Tıkla."
- **B2B / Lead / Sıcak Kitle (Remarketing) Senaryosu:**
 - *Hook (0-3 sn):* "Operasyonel maliyetlerinizi düşürmek için 15 dakikada ücretsiz plan çıkaralım."
 - *CTA Metni:* "Ücretsiz analiz formunu hemen tamamla: Linke Tıkla."

Kreatif Dağıtım Kontrol Listesi

- [] Kampanya reklam amacı ve hedef kitle segmentasyonu yapıldı.
- [] 3'lü kreatif seti (Hook, CTA ve Proof varyasyonları) storyboard olarak hazırlandı.
- [] Test süreçleri için sadece tek bir değişkeni kıyaslayacak şekilde A/B planı kuruldu.
- [] Meta Pixel, GA4 event yapılandırmaları ve CRM kaynak alan eşleşmeleri kontrol edildi.
- [] Test sürecinde kazanan kreatiflerin ana hesaba "kreatif standardı" olarak işleme rutini belirlendi.

Deliverables (Teslim Edilecek Çıktılar)

- 3'lü Reels Ads Kreatif Varyasyon Matrisi
- 1 Değişkenli A/B Kreatif Test Planı
- Meta Ads Performans ve Baş KPI Takip Raporu
- Dönemsel Kazanan Kreatifler (Winning Creatives) Listesi



[Mockup]

Akıllı telefon dikey reklam arayüzünde, "Sponsorlu" (Sponsored) ibaresi yer alan, sağ alt taraftaki "Hemen Rezervasyon Yap" veya "Kaydol" butonunun safe

zone sınırlarına tam oturduğu, ilk saniyelerinde dinamik on-screen text barındırarak dikkat çeken modern bir Reels Ads kreatif şablon mockup görseli



[Comparison Table]

Aynı kreatif içeriğin organik algorithmadaki erişim, retention ve etkileşim metrikleri ile Meta Ads panelindeki tıklama oranı (CTR), tıklama başına maliyet (CPC) ve dönüşüm (conversion) çıktılarını yan yana sütunlar halinde karşılaştıran performans analiz tablosu