

Mümin Erakbaş

E-Ticaret Firmalarında Reklam Bütçesini Verimli Kullanmak: Meta & Google Ads Stratejileri

18 Kasım 2026, Çarşamba, 14.00-17.00, ZOOM Online Platformu

Eğitim İçeriği:

Bölüm 1: Bütçe Yönetimi ve Ölçümleme Temelleri

- Günlük bütçe – aylık hedef hizalaması
- ROAS, CPA, LTV kavramları
- Soğuk/ılık/sıcak kitlelere göre bütçe dağılımı
- Pik dönem stratejileri
- Minimum test bütçesi kuralı (istatistiksel anlamlılık olmadan erken karar vermemek)

Bölüm 2: Meta Ads – Talep Yaratma ve Optimizasyon

- CBO vs ABO
- Kreatif test stratejileri
- Broad hedefleme ile algoritma eğitimi
- Retargeting
- Öğrenme aşaması tuzağı (sık düzenlemenin algoritmayı sıfırlaması)
- Frekans yönetimi ve reklam yorgunluğu
- Kampanya konsolidasyonu (bütçe parçalanmasından kaçınma)
- Yerleşim (placement) bazlı verim analizi
- Sepette bırakma odaklı özel segment

Bölüm 3: Google Ads – Talebi Toplama ve Ölçekleme

- Search: negatif kelimeler
- PMax kurulumu ve sinyal yönetimi
- Shopping: feed optimizasyonu
- Teklif stratejileri (Hedef ROAS vb.)
- Dayparting (saatlik/günlük performans göre bütçe kaydırma)
- Marka arama trafiğine gereksiz harcamama
- Ürün karlılığına göre bütçe önceliklendirme

Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği

Eğitim ve Ekonomik Araştırmalar Şubesi

Mücahitler Mah. Şehit Ertuğrul Polat Cad. No: 3 Şehitkamil

GAZİANTEP

Tel : 90 (342) 211 05 00

e-posta : egitim@gaib.org.tr / www.gaib.org.tr

X-Instagram: [@gaibgaziantep](https://www.instagram.com/gaibgaziantep)

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/gaib>

YouTube: <https://www.youtube.com/@gaibgaziantep>

Bölüm 4: Ölçümleme Altyapısı ve Kanal Arası Bütçe Dağılımı

- iOS/cookie kısıtlamaları sonrası veri güvenilirliği sorunu
- Meta CAPI ve Google Enhanced Conversions
- Toplam bütçenin Meta/Google arasında paylaştırılması (huni olgunluğu, sektöre göre)

Bölüm 5: Karar Çerçevesi, Sık Hatalar ve Kapanış

- Kanallar arası uyum (Meta talep → Google karşılama)
- CRM/e-ticaret veri entegrasyonu
- Haftalık bütçe gözden geçirme rutini (checklist + eşik değerler)
- Ölçeklendirme kuralları (kademeli bütçe artışı, ani sıçramalardan kaçınma)
- "Bütçe yakan" yaygın hatalar özeti
- Soru-Cevap

Eğitmen Özgeçmişi- Mümin Erakbaş:

Ege Üniversitesi İşletme Yüksek Lisans programını Sosyal Medya Pazarlaması üzerine çalışmasıyla tamamlayan Mümin Erakbaş, 2000’li yıllardan bu yana dijital dünyanın çeşitli bölümlerinde faaliyetlerini sürdürmektedir. Çeşitli firmalarla sosyal medya ve dijital pazarlama üzerine projeler yürütmüş ve danışmanlık hizmeti vermiştir. 2012 yılı itibariyle farklı girişimlerde bulunan Mümin Erakbaş Nöromedya Dijital Pazarlama’nın kuruluşunda yer almış ve tüm çalışmalarını kurumsal bir çatı altında toplamıştır. Nöromedya kimliğiyle dijital dünyada faaliyetlerine 2018 yılına kadar devam etmiş, bu tarihten itibaren yeni girişimi olan Makeitdigi Dijital Pazarlama Ajansı ile yeni sulara yelken açmıştır.

Eğitime Kayıt Linki: <https://www.gaib.org.tr/tr/f/712.html>