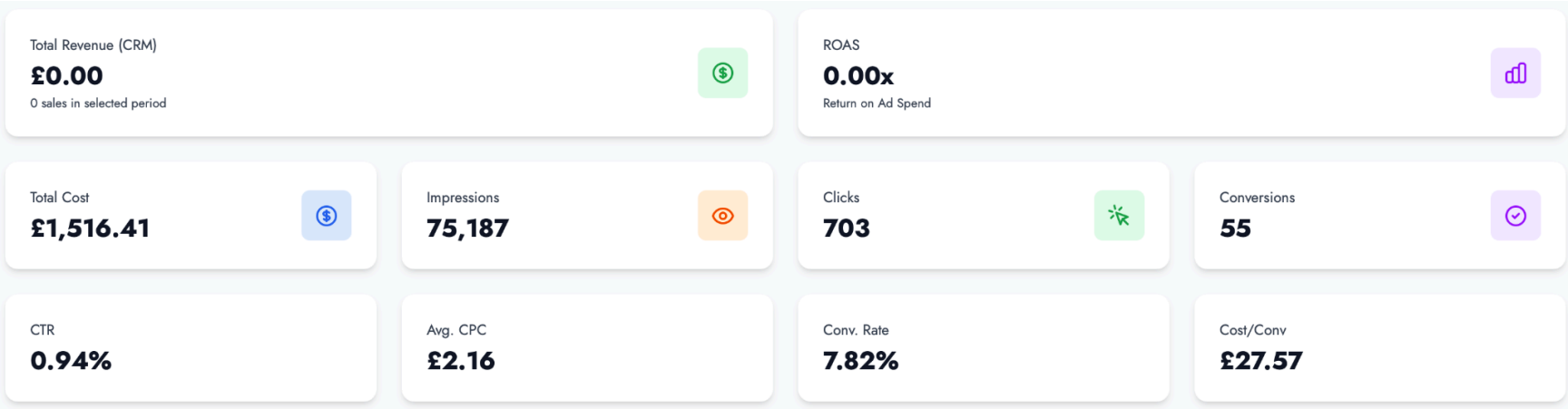
Click Hunter

LONDONIST DMC GLOBAL

ChatGPT Ads Raporu

10 Temmuz - 17 Ağustos 2026

Chat GPT Genel Performans



10 Temmuz – 17 Ağustos döneminde ChatGPT Ads kampanyaları test amacıyla yayında tutulmuştur. Kampanyalar toplam £1,516.41 harcama ile 75,187 gösterim ve 703 tıklama üretmiştir. CTR oranı %0.94, ortalama tıklama başı maliyet £2.16 olarak gerçekleşmiştir. Dönüşüm tarafında toplam 55 dönüşüm elde edilmiş, dönüşüm oranı %7.82 ve dönüşüm başı maliyet £27.57 seviyesinde oluşmuştur.

Gösterim hacmi belirli bir seviyeye ulaşmış olsa da tıklama sayısı sınırlı kalmış, kampanya CRM tarafında doğrudan satış üretmemiştir. Bu nedenle reklam harcamasına karşılık ölçülebilir gelir ve ROAS oluşmamıştır. Test süreci satış üretimi açısından beklenen sonucu sağlamamış olsa da, bu performansı yalnızca kampanya kurgusu üzerinden değerlendirmek doğru olmayacaktır. ChatGPT Ads hâlâ yeni gelişen bir mecra olduğu için hedefleme seçenekleri sınırlıdır. Google Ads benzeri doğrudan anahtar kelime hedeflemesi yerine, daha çok ilgi alanı, bağlam ve betimleme bazlı hedefleme yapılabilmektedir. Bu betimlemelerin platform tarafından nasıl işlendiği ve reklamların hangi kullanıcı bağlamlarında gösterildiği ise henüz tam olarak şeffaf değildir.

Buna karşılık ChatGPT'nin organik önerileri üzerinden gelen bazı kullanıcıların satışa dönüştüğü görülmektedir. Organik ChatGPT yönlendirmeleriyle yaklaşık £5K seviyesinde satış oluşması, platformun ücretli reklamdan bağımsız olarak kullanıcıların araştırma ve karar verme sürecinde etkili bir temas noktası olabileceğini göstermektedir.

Genel olarak ChatGPT Ads testi ücretli reklam tarafında satış üretmemiştir; kısa vadede kampanyanın durdurulması doğru bir aksiyon olmakla birlikte, 2027 yılı içerisinde özellikle yoğun talep dönemlerinde sınırlı ve dönemsel bütçelerle yeniden test edilmesi mantıklı olabilir.