Ekim 2026 Meta Ads Performans Raporu

Nov 2, 2026

Ekim ayında (1-31 Ekim) Meta reklamlarına 440,30 € harcandı ve 81 lead elde edildi; ortalama lead başına maliyet (CPL) 5,44 € oldu. Planlanan harcama normalde daha yüksekti; ancak daha kaliteli lead üretmek amacıyla hedef kitle daraltıldığı için Meta bütçenin yalnızca bu kadarını harcayabildi.

Kampanya Bazlı Performans

Kampanya	Lead	Harcama (€)	CPL (€)
Vergi Kampanyası, Statik (durduruldu)	34	126,24	3,71
Vergi Kampanyası, Video	27	152,69	5,66
Carousel Kopya	14	115,84	8,27
Webinar Lansman, Video	5	21,56	4,31
Webinar Lansman, Statik	1	23,97	23,97
Toplam	**81**	**440,30**	**5,44**

Vergi Kampanyası iki formatla toplam 61 lead üretti (278,93 €, CPL 4,57 €) ve CPL açısından ayın en verimli kampanyası oldu. Ancak satış ekibinden gelen dönüşlerde, gerçek lead'lerin yanında formu doldurmadığını söyleyen kişi sayısı yüksek olduğu için statik reklam durduruldu. Webinar reklamları (27 Ekim'de sona erdi) toplam 6 lead getirdi (45,53 €, CPL 7,59 €). Webinar video reklamı yalnızca 2 gün yayında kalabildi; toplu şikayetler üzerine Meta tarafından kaldırıldı. Videoda politika ihlali oluşturan bir unsur bulunmuyor, şikayetlerin rekabet kaynaklı olduğu değerlendiriliyor. İyi performans gösteren bir reklamın bu şekilde durması webinar sonuçlarını sınırladı.

Değerlendirme

Ekim'de 1.500 € aylık bütçenin %29'u (440,30 €) kullanıldı; CPL 5,44 € ile Ağustos'a (5,86 €) yakın seyretti, hacim ise düştü.

- **Ağustos ile karşılaştırma:** Ağustos'ta 1.352,96 € harcamayla 231 lead alınmıştı. Ekim'de harcama ve lead sayısı yaklaşık üçte birine indi. Ağustos'ta UK kampanyası da aktifti, Ekim'de yer almıyor.

- **Carousel Kopya:** CPL 8,27 € ile Eylül'e (12,63 €) göre iyileşti, ancak hedef kitle daraltıldığı için Meta günlük 22 € bütçenin tamamını harcayamadı ve harcama 115,84 € ile sınırlı kaldı.
- **Webinar statik reklam:** 23,97 € harcamayla 1 lead getirdi (CPL 23,97 €). 10 € sonuç başına ücret hedefi teslimatı kısıtlamış olabilir; benzer kampanyalarda hedefin gözden geçirilmesi önerilir.
- **Lead kalitesi:** CPL tek başına kalite göstergesi değildir. Ekim lead'lerine ait CRM durum verisi (ilgili, pasif, spam) bu rapora dahil edilmedi, geldiğinde kalite değerlendirmesi eklenebilir.

Kasım Hedefi

Kasım'ın önceliği lead sayısı değil lead kalitesidir. Hedef, satış ekibinin gerçekten ulaşabildiği ve görüşme yapabildiği, ilgili veya potansiyel statüsüne dönüşme ihtimali yüksek lead'ler üretmektir. 1.500 € aylık bütçe üst sınır olarak planlanıyor; kalite düşecekse bütçenin tamamının harcanması zorunlu görülmüyor ve kalite artışı karşılığında CPL'de artış kabul edilebilir.

Kalite takibi için önerilen göstergeler:

- Telefonla ulaşılabilen lead oranı (mevcut gözlem: 10 lead'in yaklaşık 1-2'si)
- "Formu doldurmadım" diyen ve spam veya geçersiz iletişim olarak işaretlenen lead oranı
- İlgili ve potansiyel statüsüne dönüşen lead oranı
- Kampanya ve reklam bazında lead kalitesinin satış ekibi geri bildirimiyle haftalık karşılaştırılması

Bu göstergeler için sayısal hedefler, Kasım'ın ilk haftasındaki verilerle belirlenebilir.

Kasım Bütçe Dağılımı

Set	Günlük (€)	Not
Carousel Kopya (birkaç bölge ve site eklenerek)	18	Kitle dar kalacağı için bütçenin tamamı harcanmayabilir
Yeni carousel, yeni proje tanıtımı	10	Reklam yorgunluğuna karşı yeni tasarım
Yeni video (ör. Golden Visa kartı teslim içeriği)	8	Müşteri izni ve kişisel verilerin gizlenmesi şartıyla

Set	Günlük (€)	Not
Retargeting (video izleyenler, etkileşim, formu açıp göndermeyenler)	5	Sıcak kitle
Vergi Kampanyası, Video (mevcut)	5	Değişiklik yapılmaz
Yeni statik, satış ekibinden bir temsilcinin yüzü ve adıyla	4	Yazılı izin ve onay şartıyla
Toplam	**50**	

Kasım Reklam Planı

Kalite öncelikli plan altı reklamdan oluşuyor. Tüm reklamlarda ortak ayarlar:

- Teklif stratejisi: sonuç başına ücret hedefi, Daha Yüksek Amaçlı form ve SMS doğrulama
- Konum: İstanbul, Ankara, İzmir, Bursa ve Antalya; yaş 25-65; CRM'deki mevcut lead'ler hariç
- Özel reklam kategorisi boş bırakılır
- Metinlerde garanti, getiri veya kesin vize vaadi ile yatırım tutarı rakamı yer almaz; yasalaşmamış konularda "planlanıyor" ifadesi kullanılır
- Formda ek bir hazırlık sorusu bulunur: "Bütçe hazırlığınız?" (Bütçem hazır / Bir kısmı hazır / Henüz değerlendiriyorum)

1. Carousel Kopya, yenilenen tasarım (günlük 18 €)

- **Kreatif:** 4-5 kartlı carousel, yeni görsel dil. Mevcut tasarım uzun süredir gösterildiği için reklam yorgunluğu olasılığına karşı görseller, kart sırası ve ilk kart başlığı değiştirilir.
- **Kitle:** Mevcut hedef kitleye yalnızca birkaç ek bölge ve site eklenir, kitle bunun dışında genişletilmez. Kitle dar kaldığı için günlük bütçenin tamamı harcanmayabilir; kalite önceliği nedeniyle bu kabul edilir.
- **Mesaj:** Bilgilendirici ton; Yunanistan'da gayrimenkul yatırımı, Golden Visa süreci ve öne çıkan projeler.
- **CTA:** Daha Fazla Bilgi Al.
- **Takip:** İlk 14 gün ayarlara dokunulmaz; kalite göstergeleri haftalık izlenir.

2. Yeni carousel, yeni proje tanıtımı (günlük 10 €)

- **Kreatif:** Webinarda tanıtılan yeni projeye ait 5 kartlı carousel. 1. kart Yeni projenin ilk lansmanı, 2. kart Bahçeli dubleks daireler, 3. kart Özel jakuzili teraslar, 4. kart Golden Visa uyumlu proje, 5. kart Yunan avukat desteğiyle süreç ve çağrı.
- **Kitle:** Aynı beş şehir, farklı ilgi alanı grubu (yurt dışı gayrimenkul, ikinci pasaport).
- **Mesaj:** Yeni proje tanıtımı: [proje adı ve bölge], daire tipleri ve olanaklar.
- **CTA:** Daha Fazla Bilgi Al.

3. Yeni video, Golden Visa kartı teslim içeriği (günlük 8 €)

- **Kreatif:** Hazır video kullanılır; ofiste çekilen video da değerlendirilebilir.
- **Kitle:** Beş şehir, geniş kitle.
- **Mesaj:** Sosyal kanıt odaklı; süreci anlatan, vaat içermeyen metin. Her yatırımcının sürecinin farklı ilerleyebileceği belirtilir.
- **CTA:** Kaydol.

4. Retargeting (günlük 5 €)

- **Kitle:** Video izleyenler (%50 ve üzeri, son 30-60 gün), Facebook/Instagram etkileşimi (son 90 gün), formu açıp göndermeyenler. CRM'deki mevcut lead'ler hariç tutulur.
- **Kreatif:** Kısa hatırlatma videosu veya tek görsel; "merak ettikleriniz" temalı soru-cevap.
- **Mesaj:** Sıcak kitleye yönelik, baskısız davet; ilk temasta sorulan sorulara yanıt veren içerik.
- **CTA:** Kaydol.
- **Not:** Kitle küçük olduğu için sıklık takip edilir; sıklık yükselirse bütçe düşürülür.

5. Vergi Kampanyası, Video (mevcut, günlük 5 €)

- **Durum:** Öğrenmeyle sınırlı görünüyor. Mevcut haliyle bırakılır, değişiklik yapılmaz.
- **Mesaj:** Vergi artışının 1 Temmuz 2027'de planlandığı, henüz yasalaşmadığı dilinde kalır.
- **Değerlendirme:** Satış ekibinden gelen kalite geri bildirimine göre Kasım ortasında devam veya durdurma kararı verilir.

6. Yeni statik, satış ekibinden bir temsilcinin yüzü ve adıyla (günlük 4 €)

- **Kreatif:** Satış ekibinden bir temsilcinin fotoğrafı ve adının yer aldığı, sade ve güven veren statik görsel (yazılı izin ve onay şartıyla).
- **Kitle:** Aynı beş şehir.
- **Mesaj:** "Yunanistan'da ev almayı düşünüyor musunuz?" temalı, bilgi almaya davet eden konuşma dilinde metin; formu dolduranların ekip tarafından aranacağı belirtilir.

- **Başlık:** Yunanistan'da Ev Almak İçin Bilgi Alın
- **CTA:** Daha Fazla Bilgi Al.

Örnek ana metin:

> Yunanistan'da ev almayı düşünüyor musunuz? 🏡
>
> Merhaba, ben Gülay. Yunanistan'da gayrimenkul alımı ve Golden Visa süreciyle ilgili sorularınızı yanıtlamak için buradayım.
>
> ✅ Size uygun projeleri birlikte inceleyelim
>
> ✅ Atina ve Türkiye ekiplerimiz süreç boyunca yanınızda
>
> ✅ Sorularınıza net cevap
>
> Bilgi almak için formu doldurun, ekibimiz sizi arasın. 📩