Son bir yıldır, eşimle beraber kurduğumuz cam işleme ve süsüleme atölyesinin değişik hizmet ve ürünlerini tanıtmak maksadıyla çok yüksek bütçelerle olmasa da sosyal medyada reklam çalışmaları yaptık. Yüksek bütçe değil ama sözünü ettiğim rakam yaklaşık 10 ay içinde 5000 Avro civarı.

Ancak bu reklam mecraları ile alakalı bir türlü gideremediğim ve tatminkâr cevaplar alamadığım sorular var.

1. Öncelikle #Google'ı bu tespitlerin dışında tutacağım. Çünkü Google öncelikle bu konuda telefon ederek doğrudan konuşacağınız ve tartışacağınız bir çağrı merkezi hizmetini hem de tatminkâr bir kalitede sağlıyor ve onun reklam yayınlama şekli, rastgele herkese reklamı yayınlama değil, o mal veya hizmeti zaten arayana yayınlaması (adı üstünde arama motoru). Ancak onun da reklam bütçesi ile alakalı düşük bütçeli reklamlar aleyhine sıkıntıları var. Bu konuda düşük bütçeli reklamları motive edecek ve onlara belli periyotlarla gösterimlerde öncelik tanıyarak fırsat eşitliği sağlayacak algoritmaları yok. (zaten bu tip bir algoritma hiç birinde yok.)
2. #Facebook ve #instagram gibi mecraların ise özellikle reklam veren müşteri desteği tamamen göstermelik ve kalite olarak yerlerde değil yerin altında sürünüyor.
3. Bir hata/istek bildirim ara yüzü ile bildirimi yapıyorsunuz, gönder düğmesine basınca, “görüşleriniz bizim için çok önemli… bıdı bıdı” türünden cilalı ama gerçekle hiç alakası olmayan bir ekran uyarısı ile mesajı aldıklarını bildiriyorlar. Ama nereye gidiyor, ne oluyor hiç belli değil. Dipsiz bir kuyu. Bu güne kadar yüzlerce bidirim yaptım dönüş koca bir sıfır.

Ancak buraya kadar anlattıklarım zaten aşağıdaki tespitlerimle alakalı ortaya çıkan ilave sorunlar. Şimdi gelelim asıl demek istediğim konuya:

**Verilen reklamlarla ilgili sahte hesapla tıklama ücreti alınıyor şüphesi**

Böyle bir şüpheyi salt kendi verdiğimiz reklamlardaki duruma bakarak taşımıyorum. Uluslar arası ölçekte büyüklüğü olan firmaların verdikleri ilanların tıklama ve yorumlarını da inceliyorum ve elbette % 100 değil ama örnekleme ile beğeni yapanların profillerini incelediğimde şüphe çekecek biçimde şu tespitlerim oldu.

* Facebook reklamları için tespitler
	+ Bir kere verilen reklamların analizi için sağlanan birkaç araçları var ve aynı anda bu araçların verdikleri istatistik sonuçlar birbirini tutmuyor.
	+ Ücretlendirmedeki ağırlıklı tıklama ücretleri kesintileri tıklama için değil, gösterdim parayı keserim mantığı ile çalışıyor. Belki ben sadece reklama yorum yapıldığı zaman, sayfa beğenmesi olduğu zaman veya reklam paylaşımı olduğu zaman ücretlendirme yapılsın istiyorum. Çünkü verdiğim reklamda bu tip hareketlerde katma değer bekliyorum. Böyle bir şey yok. Gösterdim parayı keserim diyor Facebook.
	+ İyi de ben zaten küçük bütçe ile ve satışa dönüşmesi beklentisi çok yüksek olan bir reklam verenim ve gösterim başına değil misal 100 TL lik ve 1 günlük bir reklam için şöyle bir hizmet bekliyorum.
		- Gösterim başına ücretlendirme istemiyorum. Dolayısı ile reklam bütçesi iler orantılı gösterim adedi sınırlaması çok saçma. Kaç liralık reklam verirsem vereyim sen kıstasıma uyan (misal Türkiye, Kadınlar ve yaş aralığı 30 ve 60) tüm facebook hesaplarına reklamımı göster.
		- Sonra Beğeni için, yorum için, sayfa beğenmesi için ve paylaşım için ve siteye yönlendirme için bu 100 TL’den düşmeye başla.
	+ Bir bakıyorsun beğeni yapanların büyük çoğunluğu facebook profilinden anlaşıldığı kadar her nedense 2-3 resmi olan başkaca hiçbir bilgisi olmayan hesaplar. Sahte olma ihtimali çok yüksek şüphesi uyandırıyor.
	+ Reklam kıstaslarında misal Türkiye ve Türkçe hesaplar seçmişsin. Bir bakıyorsun, İran, Irak, Suriye lokasyonlu ve Arapça yazan veya Rusça yazan hesaplardan beğeni almışsın. Bunlar hem bütçeye zarar hem de satışa dönüşme beklentisi yüksek reklam verende sıkıntı ve şüphe yaratıyor.
* Instagram reklamları için tespitler
	+ Öncelikle tekrar belirteyim bahsettiğim tespitler sadece kendi verdiğimiz reklamlarla değil, büyük ölçekli reklam veren firma reklamları üzerinde yaptığım analizlerden sonra vardığım sonuçtur.
	+ Facebook için değindiğim ücretlendirme politikaları burada da aynı ve sorunlu
	+ Öncelikle beğeni yapan veya yorum yapan hesapların % 95’i her nedense gizli hesaplar ve/veya misal 2 takipçisi olan ve sayfasında en fazla 3 tane resmi olan hesaplar. Bu da yine bütçeden paraların çoğunun sahte hesaplara gittiği konusunda ciddi şüphe uyandırıyor.
	+ Reklam oluşturma kıstasları içinde gizli hesaplara reklamı gösterme ve/veya misal takipçi sayısı 200’den yüksek hesaplara reklamı göster gibi seçenekler ile bu durum kontrol edilmeli.

SON SÖZ

Ölçeği ne olursa olsun bu mecralara reklam veren firmaların bu konuda bu sosyal medya kuruluşlarına gerekirse reklam vermeyerek ama önce oturup doğru ve etkili muhataplarla konuşarak konuyu iyileştirecek bir inisiyatif oluşturmayı teklif ediyorum ve eğer kabul görürse bu inisiyatifin ilk modertatörü ve sözcüsü olmayı teklif ediyorum

Saygı ve Sevgilerimle

Melih Kular