



REKLAM MR & INSTAGRAM PROFİL ANALİZİ

DİJİTAL BÜYÜME ANALİZİ

Reklam MR & Instagram Profil Analizi



Fora Inn Lara

Butik Otel

5 Ağustos 2026

Mustafa ÜST | Meta Reklam Uzm.

Doğru strateji, güçlü büyüme. Dijitalde fark yaratmak için hazırız.



İşletmenin Instagram performansı genel olarak olumlu ancak bazı alanlarda geliştirmeye ihtiyaç var. Reklam kampanyaları açısından da yeterli etki sağlanamamış.

REKLAM MR PUANI

48

01

Dönüşüm Altyapısı

Dönüşüm takibi eksik.

Orta Öncelik

02

Hesap Sağlığı

Hesap yapısı incelenmeli.

Orta Öncelik

03

Kampanya Yapısı

Kampanya yapısı karmaşık.

Orta Öncelik

INSTAGRAM PUANI

58

01

Dönüşüm altyapısı güçlendirilmelidir.

Dönüşüm Altyapısı alanındaki iyileştirmeler, kontrollü ve ölçülebilir gelişim fırsatı sağlayabilir.

Orta

02

Aktif kampanyalar değerlendirilmelidir.

Hesap Sağlığı alanındaki iyileştirmeler, kontrollü ve ölçülebilir gelişim fırsatı sağlayabilir.

Orta

03

Kampanya hedefleri netleştirilmeli.

Kampanya Yapısı alanındaki iyileştirmeler, kontrollü ve ölçülebilir gelişim fırsatı sağlayabilir.

Orta

BÜYÜME POTANSİYELİ

Analiz bulguları sistematik biçimde ele alındığında, performansın kontrollü ve sürdürülebilir şekilde geliştirilmesi mümkün olabilir.

Kategori Karşılaştırması



KİLİT METRİK ÖZETİ

HARCANAN TUTAR

₺46.827,24

SONUÇ

1.250

SONUÇ BAŞINA MALİYET

₺37,07

CTR

—
ÖLÇÜM VERİSİ
EKLENMEDİ

TIKLAMALAR

411.430

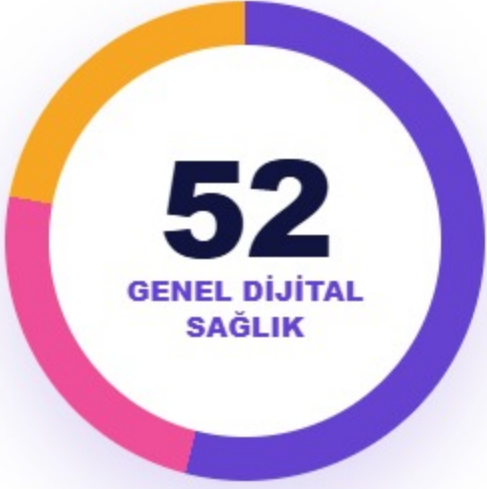
SIKLIK

—
ÖLÇÜM VERİSİ
EKLENMEDİ

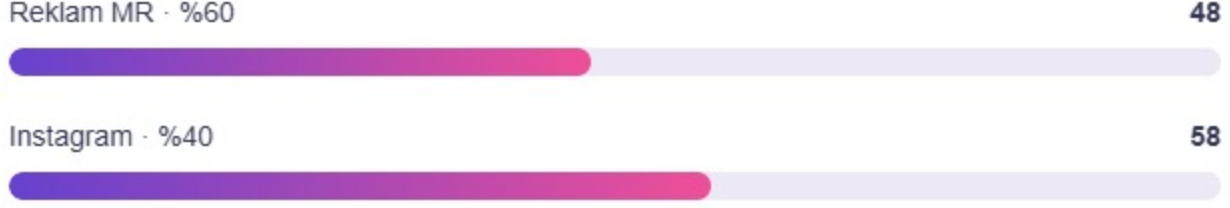
Birlikte büyümeye hazırız

Öncelikli adımları ölçerek uygulayın; sonuçları düzenli kontrol ederek stratejiyi gerçek verilere göre geliştirin.

Reklam ve Instagram performansının birleşik görünümü.



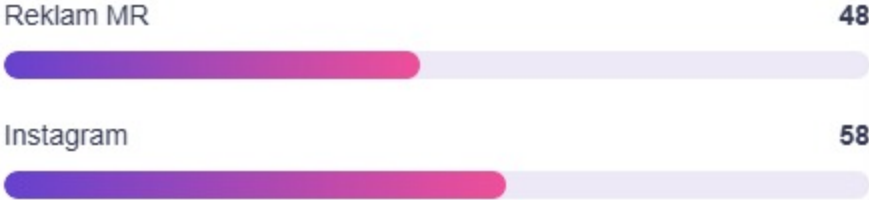
Genel dijital sağlık puanı, reklam ve Instagram analiz sonuçlarının ağırlıklı değerlendirmesidir.



KATEGORİ KARŞILAŞTIRMASI



KATEGORİ PERFORMANS ÖZETİ



DİJİTAL SAĞLIK SINIFI

C

Mevcut analiz sonuçlarına göre genel dijital sağlık sınıfı

GENEL DEĞERLENDİRME

Reklam MR ve Instagram kategorileri birlikte değerlendirilmiştir. Sektör ortalaması verisi sağlanmadığı için karşılaştırma yalnızca mevcut analiz puanları üzerinden yapılmıştır.



Güçlü Alanlar

Marka görünümü, mevcut hesap yapısı ve temel dijital varlıklar büyüme için kullanılabilecek bir başlangıç zemini sunmaktadır.



Öncelikli Gelişim Alanları

Dönüşüm takibi, hedefleme, içerik planı ve ölçüm altyapısı düzenli biçimde geliştirilmelidir.



Onaylanmış Reklam MR kategori değerlendirmeleri.

SEKTÖR
ORTALAMASI

**Benchmark
Yok**

POTANSİYEL
KAZANÇ

+32 Puan

REKLAM GÜCÜ

Geliştirilmeli

KATEGORİ · PUAN · DEĞERLENDİRME · ÖNERİ

1. Hesap Sağlığı AĞIRLIK: 10% · GELİŞTİRİLMELİ	40	Hesap yapısı incelenmeli. Etki: Hesap güvenilirliği artırılmalı.	Aktif kampanyalar değerlendirilmelidir.
2. Kampanya Yapısı AĞIRLIK: 20% · GELİŞTİRİLMELİ	45	Kampanya yapısı karmaşık. Etki: Başarısız kampanyalardan kaçınılmalı.	Kampanya hedefleri netleştirilmeli.
3. Kreatif Kalitesi AĞIRLIK: 20% · ORTA	55	Kreatif içerikler yeterince etkili değil. Etki: Düşük etkileşim oranı ile sonuçlanabilir.	Kreatif içerikler gözden geçirilmeli.
4. Hedefleme AĞIRLIK: 15% · ORTA	50	Hedefleme üzerinde çalışılmalı. Etki: Yanlış kitleye ulaşmak risk teşkil ediyor.	Hedef kitle belirlenmeli.
5. Dönüşüm Altyapısı AĞIRLIK: 15% · GELİŞTİRİLMELİ	35	Dönüşüm takibi eksik. Etki: Dönüşüm verileri eksik kalıyor.	Dönüşüm altyapısı güçlendirilmelidir.
6. Landing Page AĞIRLIK: 10% · ORTA	60	Landing page üzerinde geliştirme yapılabilir. Etki: İçerik uyumu sağlanmalı.	Landing page optimize edilmelidir.
7. Ölçeklenebilirlik AĞIRLIK: 10% · ORTA	50	Büyüme stratejisi belirsiz. Etki: Hayal kırıklığı yaşanabilir.	Büyüme planları oluşturulmalıdır.

ÖNE ÇIKAN BULGULAR

- ✓ Dönüşüm Altyapısı
- ✓ Hesap Sağlığı
- ✓ Kampanya Yapısı
- ✓ Hedefleme

GENEL REKLAM STRATEJİSİ ÖNERİSİ

- ✓ Dönüşüm altyapısı güçlendirilmelidir.
- ✓ Aktif kampanyalar değerlendirilmelidir.
- ✓ Kampanya hedefleri netleştirilmeli.
- ✓ Hedef kitle belirlenmeli.

INSTAGRAM PROFİL ANALİZİ



Profil yapısı, içerik ve etkileşim görünümü.

Fora Inn Lara

Instagram profil yapısı ve Instagram Insights performans verileri birlikte değerlendirilmiştir.

SAYISAL PERFORMANS METRİKLERİ YÜKLENEBİLİR İNSTAGRAM INSİGHTS EKRAN GÖRÜNTÜLERİNDEN ALINMIŞTIR.



TAKİPÇİ BÜYÜMESİ

+2

PROFİL ZİYARETLERİ

66

ETKİLEŞİM ORANI

TAKİP EDİLMESİ ÖNERİLİR

WEB SİTESİ TIKLAMALARI

TAKİP EDİLMESİ ÖNERİLİR

MESAJ / WHATSAPP TIKLAMALARI

TAKİP EDİLMESİ ÖNERİLİR

ERİŞİM

93

KATEGORİ PERFORMANS ÖZETİ

Profil Optimizasyonu	55	Marka Kimliği	60
İçerik Kalitesi	50	Reels Performansı	70
Story Kullanımı	65	Etkileşim	45
Satışa Yönlendirme	50	Güven Unsurları	65

PROFİL OPTİMİZASYON KONTROL LİSTESİ

Biyografi	Hizmet, hedef kitle ve kullanıcıdan beklenen aksiyonun netliği.	Biyografi; hizmeti, hedef kitleyi ve kullanıcıdan beklenen aksiyonu açık şekilde anlatmalıdır.
Profil görseli	Marka uyumu, görsel netlik ve küçük ekranda okunabilirlik.	Profil görseli küçük ekranlarda okunabilir, net ve marka kimliğiyle uyumlu olmalıdır.
Bağlantı / CTA	WhatsApp, web sitesi veya randevu bağlantısının dönüşüm yönlendirmesi.	Web sitesi, WhatsApp veya randevu bağlantısı ziyaretçiyi doğrudan dönüşüm adımına yönlendirmelidir.
Öne çıkanlar	Hizmetler, sonuçlar, müşteri yorumları ve sık sorulan soruların düzeni.	Öne çıkanlar; hizmetler, sonuçlar, müşteri yorumları ve sık sorulan sorular şeklinde düzenlenmelidir.
Gönderi düzeni	Görsel bütünlük, içerik çeşitliliği ve marka tutarlılığı.	Gönderilerde tutarlı tasarım, içerik çeşitliliği ve marka bütünlüğü korunmalıdır.
Reels kullanımı	Video sıklığı, izlenme, ilk saniye etkisi ve tutma performansı.	Reels içerikleri düzenli paylaşılmalı; fayda, sonuç ve güven unsurları ilk saniyelerde gösterilmelidir.
Story kullanımı	Teklif, sosyal kanıt, soru-cevap ve mesaj yönlendirmesi kullanımı.	Story içeriklerinde teklif, sosyal kanıt, soru-cevap ve mesaj yönlendirmeleri kullanılmalıdır.

ANA FOKUS ALANLARI

- Etkileşim**
Yorum, kaydetme, paylaşım ve topluluk yönetimi.
- İçerik Kalitesi**
İçerik değeri, görsel kalite ve mesaj netliği.
- Satışa Yönlendirme**
CTA, teklif ve dönüşüm akışlarının yeterliliği.
- Profil Optimizasyonu**
Bio, profil görseli, bağlantılar ve iletişim aksiyonları.

GENEL ÖNERİ

Profil yapısı, içerik kalitesi, Reels ve Story kullanımı, güven unsurları ve dönüşüm yönlendirmeleri birlikte geliştirilmelidir. Insights metrikleri aynı tarih aralığıyla düzenli izlenerek gelişim doğrulanmalıdır.

REKLAM PERFORMANS ÖZETİ



Kampanya performansının metrik ve grafik görünümü.



HARCANAN TUTAR

₺46.827,24

SONUÇ

1.250

SONUÇ BAŞINA MALİYET

₺37,07

CTR

—
ÖLÇÜM VERİSİ EKLENMEDİ

TIKLAMALAR

411.430

SIKLIK

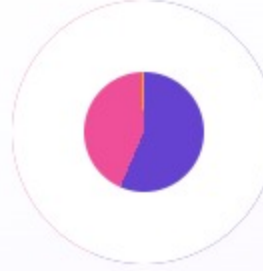
—
ÖLÇÜM VERİSİ EKLENMEDİ

PERFORMANS TRENDİ

Yeterli veri bulunmuyor

Günlük, haftalık veya dönemsel sonuç verisi sağlandığında trend grafiği oluşturulur.

Sonuç Dağılımı



Yeni Test Kampanyası	600 sonuç • %56,4
Lazer IG Reels Mesajlar Sıcak Kitle I	455 sonuç • %42,8
Optimize Edilmiş H Kültür [Yüz Germe]	8 sonuç • %0,8

DETAYLI METRİK ÖZETİ

Harcanan Tutar	₺46.827,24
Sonuç	1.250
Sonuç Başına Maliyet	₺37,07
CTR	—
Tıklamalar	411.430
Sıklık	—
CPM	₺221,30

Kampanya Harcama Dağılımı

Yeni Test Kampanyası	₺12.863,67 • %83,1
Lazer IG Reels Mesajlar Sıcak Kitle I	₺1.880,67 • %12,2
Optimize Edilmiş H Kültür [Yüz Germe]	₺733,69 • %4,7

ÖNE ÇIKAN GÖRÜŞLER

- ✓ Hesap Sağlığı
- ✓ Kampanya Yapısı
- ✓ Kreatif Kalitesi
- ✓ Hedefleme

İYİLEŞTİRME ALANLARI

- ✓ Dönüşüm Altyapısı
- ✓ Hesap Sağlığı
- ✓ Kampanya Yapısı
- ✓ Hedefleme

ÖNERİLEN AKSİYONLAR

- ✓ Aktif kampanyalar değerlendirilmelidir.
- ✓ Kampanya hedefleri netleştirilmeli.
- ✓ Kreatif içerikler gözden geçirilmeli.
- ✓ Hedef kitle belirlenmeli.

GENEL DEĞERLENDİRME



6 reklam metriği ekran görüntülerinden doğrulanmıştır. 3 kampanya kaydı rapora aktarılmıştır. Dönemsel trend verisi sağlanmadığı için performans değişimi karşılaştırılamamıştır. Mevcut veriler harcama, sonuç, sonuç başına maliyet, CTR, tıklama, sıklık, CPM, gösterim ve erişim metrikleri üzerinden değerlendirilmiştir.

KRİTİK SORUNLAR VE FIRSATLAR



Öncelikli sorunlar ve karşılık gelen büyüme fırsatları.

Analiz sonucunda 6 öncelikli sorun ve bunlara karşılık gelen gelişim fırsatları belirlenmiştir.

ÖNCELİKLI SORUN

GELİŞİM FIRSATI

01

Hesap Sağlığı

Hesap yapısı incelenmeli.

Yüksek

01

Aktif kampanyalar değerlendirilmelidir.

Hesap Sağlığı alanındaki kontrollü iyileştirmeler ölçülebilir gelişim fırsatı yaratabilir.

Yüksek

02

Kampanya Yapısı

Kampanya yapısı karmaşık.

Yüksek

02

Kampanya hedefleri netleştirilmeli.

Kampanya Yapısı alanındaki kontrollü iyileştirmeler ölçülebilir gelişim fırsatı yaratabilir.

Yüksek

03

Kreatif Kalitesi

Kreatif içerikler yeterince etkili değil.

Orta

03

Kreatif içerikler gözden geçirilmeli.

Kreatif Kalitesi alanındaki kontrollü iyileştirmeler ölçülebilir gelişim fırsatı yaratabilir.

Orta

04

Hedefleme

Hedefleme üzerinde çalışılmalı.

Orta

04

Hedef kitle belirlenmeli.

Hedefleme alanındaki kontrollü iyileştirmeler ölçülebilir gelişim fırsatı yaratabilir.

Orta

05

Dönüşüm Altyapısı

Dönüşüm takibi eksik.

Yüksek

05

Dönüşüm altyapısı güçlendirilmelidir.

Dönüşüm Altyapısı alanındaki kontrollü iyileştirmeler ölçülebilir gelişim fırsatı yaratabilir.

Yüksek

06

Landing Page

Landing page üzerinde geliştirme yapılabilir.

Orta

06

Landing page optimize edilmelidir.

Landing Page alanındaki kontrollü iyileştirmeler ölçülebilir gelişim fırsatı yaratabilir.

Orta

GENEL DEĞERLENDİRME

Bu sorunların çözümü aşamalı uygulanmalı; her değişikliğin etkisi gerçek KPI sonuçları üzerinden doğrulanmalıdır.



İLK 7 GÜN

Hedefleme İyileştirme Planı

HEDEFLER

- ✓ Mevcut reklam ve profil durumunu doğrulamak
- ✓ Ölçüm altyapısını güvenilir hale getirmek
- ✓ Öncelikli hızlı düzeltmeleri belirlemek

YAPILACAKLAR

- ✓ İçerik Çeşitliliği
- ✓ Analiz bulgularını ekran görüntüleri ve hesap verileriyle teyit edin
- ✓ Dönüşüm olaylarını ve mesaj yönlendirmelerini test edin
- ✓ Profil biyografisi, bağlantı ve CTA alanlarını düzenleyin

BEKLENEN SONUÇLAR

- ✓ Doğrulanmış başlangıç performans görünümü
- ✓ Öncelik sırasına alınmış aksiyon listesi
- ✓ Takip edilecek temel KPI seti

KPI ODAK NOKTASI

Hedefleme İyileştirme Planı

İLK 30 GÜN

Dönüşüm Takip Altyapısı

HEDEFLER

- ✓ Kampanya ve içerik test sistemini devreye almak
- ✓ Kreatif ve hedefleme performansını karşılaştırmak
- ✓ Düzenli içerik ve optimizasyon ritmi oluşturmak

YAPILACAKLAR

- ✓ Hedef Kitle Analizi
- ✓ Kampanya yapısı ve hedef kitle testlerini uygulayın
- ✓ Farklı kreatif formatları ve mesajları karşılaştırın
- ✓ Reels, Story ve gönderi içerik planını yürütün

BEKLENEN SONUÇLAR

- ✓ Karşılaştırılabilir kampanya test sonuçları
- ✓ Düzenli içerik üretim sistemi
- ✓ İlk performans ve optimizasyon öğrenimleri

KPI ODAK NOKTASI

Dönüşüm Takip Altyapısı

İLK 90 GÜN

İçerik Kalitesi ve Etkileşim

HEDEFLER

- ✓ Sürdürülebilir müşteri kazanım sistemi kurmak
- ✓ Başarılı kampanya ve içerik yapılarını ölçeklemek
- ✓ Raporlama ve optimizasyon düzenini kalıcı hale getirmek

YAPILACAKLAR

- ✓ Rekabet Analizi
- ✓ Kazanan kampanya ve kreatifleri kontrollü biçimde ölçekleyin
- ✓ Yeniden hedefleme ve sıcak kitle çalışmalarını uygulayın
- ✓ 90 günlük performansı önceki dönemle karşılaştırın

BEKLENEN SONUÇLAR

- ✓ Sürdürülebilir optimizasyon düzeni
- ✓ Veriye dayalı büyüme kararları
- ✓ Güncellenmiş uzun vadeli strateji planı

KPI ODAK NOKTASI

İçerik Kalitesi ve Etkileşim

Sürekli İyileştirme Prensipleri

Veri odaklı analiz, düzenli test ve dönemsel değerlendirme ile stratejinin sürekli geliştirilmesi önerilir.

MARKANIZ İÇİN ÖNERİLEN STRATEJİ



Analiz sonucunda dijital performansı geliştirmek için belirlenen öncelikli stratejik adımlar.

01



İLK ÖNCELİK

**DÖNÜŞÜM ALTYAPISI
GÜÇLENDİRİLMELİDİR.**

Dönüşüm takibi eksik.

02



İKİNCİ ÖNCELİK

**AKTİF KAMPANYALAR
DEĞERLENDİRİLMELİDİR.**

Hesap yapısı incelenmeli.

03



ÜÇÜNCÜ ÖNCELİK

KAMPANYA HEDEFLERİ NETLEŞTİRİLMELİ.

Kampanya yapısı karmaşık.

04



DÖRDÜNCÜ ÖNCELİK

**ETKİLEŞİM VE TOPLULUK YÖNETİMİ
GELİŞTİRİLMELİDİR.**

Yorum, kaydetme, paylaşım ve topluluk yönetimi.



BÜYÜME ETKİSİ

★★★★☆

Orta

Stratejik adımların düzenli uygulanması dijital büyüme potansiyelini geliştirecektir.



ZORLUK SEVİYESİ

★★★★☆

Orta

Mevcut kaynaklarla uygulanabilecek ve geliştirilebilecek adımlar içermektedir.



TAHMINİ SÜRE

30–90 gün

Sonuçların görülebilmesi için düzenli uygulama, ölçüm ve optimizasyon gereklidir.



ÖNEMLİ NOT

Stratejik öncelikler analiz bulgularına dayanır. Uygulama sonuçları düzenli ölçülmeli ve plan gerçek verilere göre güncellenmelidir.



BİRLİKTE UYGULAYABİLİRİZ

Bu adımlar kurum içi ekip tarafından veya Biajans uzmanlarıyla birlikte aşamalı biçimde uygulanabilir.





Sürdürülebilir büyüme için genel sonuç ve kapanış.

GENEL SONUÇ

Hedef kitleye daha etkili ulaşmak ve etkileşim oranlarını artırmak için içerik stratejisini gözden geçirmek faydalı olacaktır.



Güçlü Temel



**Büyüme
Potansiyeli**



**Sürekli
İyileştirme**



Uzman Destek

SÜRDÜRÜLEBİLİR GELİŞİM DÖNGÜSÜ

ÖLÇ, GELİŞTİR, YENİDEN UYGULA

Dijital büyümenin sürdürülebilir olması için analiz, uygulama, ölçüm ve optimizasyon adımlarının düzenli şekilde tekrarlanması gerekir.

ANALİZ

UYGULAMA

ÖLÇÜM

GELİŞİM



BİRLİKTE BAŞARIYA



İlk 7 Gün

Veri doğruluğu ve ölçüm kapsamı



İlk 30 Gün

CTR, sonuç maliyeti ve içerik etkileşimi



İlk 90 Gün

Müşteri kazanım maliyeti ve sürdürülebilir büyüme



Şimdi harekete geçme zamanı

Birlikte güçlü ve sürdürülebilir dijital büyüme için ilerleyelim.



İLETİŞİME GEÇİN



TELEFON
0850 309 6253



E-POSTA
info@biajans.net



INSTAGRAM
@biajans_net



WHATSAPP
+90 530 460 63 57



WEB SİTESİ
www.biajans.net



Dijitalde büyüme için doğru adrestesiniz. Teşekkürler.