KAMPANYA SONUÇLARI

Ferah Evler raporu.

Örnek Marka
Örnek Hesap / @ornekhesap
Ölçüm: 16–23 Kasım 2026

01 Bir bakışta sonuç

48.620	67.940	3.184	286	41
Erişim	Gösterim	Etkileşim	Tıklama	Kod kullanımı

1 — Not

Erişim tekil hesap, gösterim toplam görüntülenmedir. Kod ve UTM sonuçlarını marka panelinden alın; tahmin yazmayın.

Kampanya erişim hedefini %39 aştı; kaydetme ve bağlantı tıklaması, pratik kullanım anlatısının satın alma ilgisi yarattığını gösterdi.

02 İçerik bazlı sonuçlar

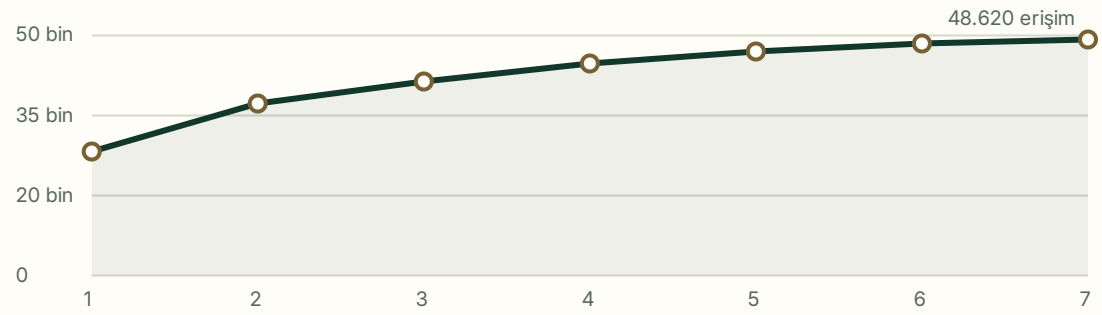
Tüm sonuçlar yayından sonraki 7 gün içinde alınmıştır.

İçerik	Erişim	Gösterim	Etkileşim	Kaydetme	Tıklama	ER
Reels · 16.11 /reel/ornek-01	41.280	55.610	2.746	912	—	%6,7
3 Hikâye · 17.11 Arşiv / 17 Kasım	7.340	12.330	438	—	286	%3,9

2 — Not

ER formülünü raporda yazın. Burada Reels için etkileşim ÷ erişim; hikâye için tıklama ÷ erişim kullanıldı.

03 Günlere göre erişim



3 — Not

İstatistik ekranından her gün aynı saatte kümülatif erişimi kaydedin. Grafikte günlük artışla toplam erişimi karıştırmayın.

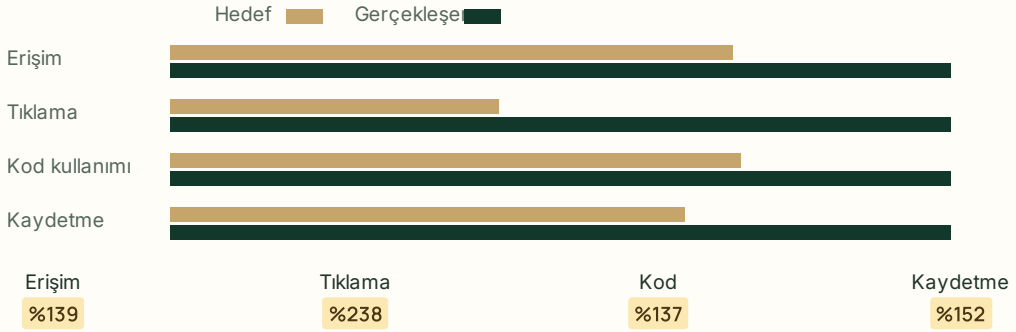
Erişimin %78'i ilk 48 saatte geldi; hikâye yönlendirmesi üçüncü gün büyümeyi destekledi.

VERİDEN SONRAKİ ADIMA

Ne oldu, ne öğrendik?

Hedeflerin tamamı karşılandı. En güçlü sinyal, ürünün kullanım anını gösteren ilk 8 saniye ve kaydetmeye değer düzen adımları oldu.

04 Hedef / gerçekleşen



4 — Not

Gerçekleşme = sonuç ÷ hedef × 100. Kampanya başlamadan belirlenmemiş hedefi sonradan başarıya uydurmayın.

Alt çizgi hedefi, üst çizgi gerçekleşeni gösterir. Hedefler: 35.000 erişim · 120 tıklama · 30 kod · 600 kaydetme.

05 Öne çıkan öğrenimler

Yaratıcı

İlk 3 saniyedeki dağınık çekmece görüntüsü güçlü bir merak boşluğu yarattı; ürün adı 11. saniyede doğal biçimde geldi.

Topluluk

Yorumların %38'i ürün ölçüsü ve farklı çekmece uyumu hakkındaydı; sonraki içerikte ölçü bilgisi erkene alınmalı.

Dönüşüm

Tıklamaların %71'i üçüncü hikâye karesinden geldi; net ürün görüntüsü ve tek çağrı etkili oldu.

06 Sonraki adım önerileri

Aynı fikri ikinci kullanım alanına taşıyın

Aralık ayında mutfak çekmecesi yerine çalışma masası düzeniyle 20–25 saniyelik kısa bir devam videosu test edin.

Mesaj	Ölçü ve modülerlik bilgisini ilk 10 saniyeye alın.
Format	Reels + 2 hikâye; son karede tek bağlantı çağrısı.
Test	İki farklı kapak metni ve yayın saati karşılaştırın.

5 — Not

Öneriyi yalnız "tekrar yapalım" diye bırakmayın. Öğrenim + değişiklik + ölçülecek yeni hipotez yazın.

07 İstatistik ekranları

01 · Reels	02 · Hikâye	03 · Marka verisi
Genel bakış ve erişim ekranını buraya ekleyin	Bağlantı tıklaması ve gezinme ekranını ekleyin	UTM / kod özeti veya güvenli bağlantı ekleyin

6 — Not

Hesap adı, içerik ve ölçüm tarihi görünür olsun. Kişisel bildirimleri ve ilgisiz hesap verilerini kırpın.

Raporu hazırlayan: Örnek Hesap / @ornekhesap · İletişim: merhaba@ornekhesap.example