TESISATÇI GOOGLE ADS REHBERI

TELEFON ÇALMASI DÖNÜŞÜM DEĞİLDİR.

Google Ads 30 arama getirmiş olabilir.
Peki kaçı işe dönüştü?

ENES KAYGUSUZ



ÖLÇÜMÜN ANLAMI

Paneldeki dönüşüm ≠ tamamlanan iş

GOOGLE ADS'IN GÖRDÜĞÜ

Reklam

↓

Telefon araması

İŞLETMENIN GÖRDÜĞÜ

Telefon → Görüşme

Teklif → İş → Tahsilat

Çağrı dönüşümü, satışın gerçekleştiği anlamına gelmez.

Google Ads Yardım: Reklamlardan gelen çağrılar, ayarlanan minimum görüşme süresine göre dönüşüm sayılabilir.

TESISATÇI ÖRNEĞI

30 telefon geldi. Kampanya başarılı mı?

30
gelen telefon

→

10
nitelikli görüşme

→

4
tamamlanan iş

Arada ne oldu? 8 yanlış hizmet · 3 bölge dışı · 5 yanıtsız · 4 uygunluğu belirsiz fiyat görüşmesi

30 çağrıdan 4 iş sonucu, temsili bir senaryodur. Fiyat soran müşterinin uygunluğu görüşmeden anlaşılır.

Her telefonun değeri aynı değildir

Yanlış hizmet	“İş başvurusu için aradım.”	Uygun değil
Fiyat araştırması	“Musluk değişimi kaç lira?”	Görüşerek değerlendir
Acil ihtiyaç	“Alt kata su akıyor. Bugün gelir misiniz?”	Yüksek niyet
Ticari iş	“İş yerimde tesisat problemi var.”	Kapsamı öğren

Çağrıyı hizmet, bölge, ihtiyaç ve iş potansiyeline göre sınıflandır. Tek bir arama sinyaline güvenme.

SÜRE BIR IPUCU

60 saniyelik telefon = iyi müşteri mi?

90 sn

“Fiyatınız ne kadar?”

Görüşme uzun olabilir; işin uygunluğu yine ayrıca değerlendirilir.

35 sn

“Alt kata su akıyor.”

Kısa bir görüşmede de açık ve acil hizmet talebi anlaşılabilir.

Süre eşik olabilir. Çağrı kalitesinin tek ölçüsü değildir.

Google Ads Yardım: Minimum görüşme süresi belirlenebilir; daha değerli sonuçlar için çevrimdışı çağrı sonuçları aktarılabilir.

DÖNÜŞÜM HUNISI

Gerçek sonucu sona kadar izle



Telefon maliyeti

Harcama / tüm çağrılar

Nitelikli çağrı maliyeti

Harcama / uygun görüşmeler

İş başına maliyet

Harcama / tamamlanan işler

İLK GÖRÜNEN METRİK

“Telefon başına ₺500.”

HESAP

₺10.000 reklam harcaması

÷ 20 telefon araması

₺500

telefon maliyeti

Bu sayı, kaç iş alındığını tek başına söylemez.

AYNI KAMPANYA

Asıl maliyeti iş sonucunda gör

₺10.000 harcama → 20 çağrı → 12 nitelikli görüşme → 5 iş

₺500	₺833,33	₺2.000
telefon başına	nitelikli çağrı başına	iş başına reklam maliyeti
₺10.000 / 20	₺10.000 / 12	₺10.000 / 5

Karar sorusu: Bir işten ortalama ne kadar kâr kalıyor?

Ucuz telefon, ucuz iş demek değildir

KAMPANYA A

50 telefon · 5 iş

Telefon başına: ₺300

Toplam harcama: ₺15.000

İş başına: ₺3.000

KAMPANYA B

20 telefon · 8 iş

Telefon başına: ₺600

Toplam harcama: ₺12.000

İş başına: ₺1.500

Bütçeyi telefon sayısına değil, kârlı iş sonucuna göre değerlendir.

ÖLÇÜM VE OPTIMIZASYON

Google hangi aramanın işe döndüğünü biliyor mu?

SADECE ÇAĞRI IZLENIRSE

Telefon geldi

Telefon geldi

Telefon geldi

İŞLETME KAYDINDA

Yanlış hizmet

Nitelikli görüşme

İş tamamlandı: ₺7.500 ciro

Çağrı sonucunu kaydet; uygun kurulumla satış bilgisini Google Ads'e aktar.

Çağrı sonucu kendiliğinden satış olarak aktarılmaz. CRM/çağrı kaydı ve dönüşüm içe aktarma kurulumu gerekir.

ÖLÇÜM MERDIVENI

Bir çağrıdan gerçek iş sonucuna

01

Telefon

Ham sinyal

02

Nitelikli görüşme

Uygun hizmet talebi

03

Keşif / teklif

Satış fırsatı

04

Tamamlanan iş

Gerçek satış

05

Ciro ve kâr

İşletme sonucu

Google Ads'te nitelikli ve dönüşen potansiyel müşteri hedefleri kurulabilir; gerçek iş verisinin eşlenmesi gerekir.

Hangi kelimeye bütçe ayırırsın?

Arama terimi	Telefon	Nitelikli	İş	Ciro
su kaçağı tespiti	**18**	**14**	**9**	**₺72.000**
tesisatçı	24	9	3	₺18.000
en yakın tesisatçı	15	7	4	₺26.000
tıkanıklık açma	12	10	7	₺42.000

Sadece telefon sayısına bakarsan “tesisatçı” kazanır. İş ve ciroda “su kaçağı tespiti” önde.

Bütçe kararından önce bu terimlerin harcamasını ve iş başına kârını da karşılaştır.

KARAR VERME BIÇIMI

Bütçeyi gerçekten iş üreten yere taşı

En çok telefon	→	**En çok tamamlanan iş**
En ucuz çağrı	→	**En düşük kârlı iş maliyeti**
En yüksek tıklama oranı	→	**En uygun arama niyeti**
En çok gösterim alan bölge	→	**En çok net katkı sağlayan bölge**

Ciro ile kârı ayrı izle. Yüksek ciro, yüksek kâr anlamına gelmeyebilir.

TELEFON ÇALMASI DÖNÜŞÜM DEĞİLDİR.

Telefon → Nitelikli görüşme → İş → Ciro → Kâr

Reklamın kaç kere çaldığını değil, kaç iş kazandırdığını ölç.

eneskaygusuz.com/tesisatcilara-ozel-reklam

Enes Kaygusuz | Dijital büyüme ortağı