Meta Reklamlarında Öğrenme Fazı Rehberi

Reklamın neden çalışmadığını düşünüyorsun? Büyük ihtimalle yeterince beklemiyorsun.

Mert Can Özcan

Dijital Pazarlama Uzmanı | @ajansbig Kurucu

Giriş: Neden Bu Rehberi Yazdım?

Her gün onlarca küçük işletme sahibiyle konuşuyorum. Ve neredeyse hepsinde aynı şikayeti duyuyorum: 'Reklam verdim, çalışmadı.' Baktığımda görüyorum ki reklamı 1-2 saat içinde kapatmışlar ya da sürekli müdahale etmişler. Sorun reklamda değil, sabırsızlıkta.

Bu rehberde Meta'nın öğrenme fazını — nedir, nasıl çalışır, ne zaman müdahale etmeli, ne zaman etmemelisin — en sade haliyle anlatacağım. Okuduktan sonra reklamlarına bakış açın tamamen değişecek.

1. Öğrenme Fazı Nedir?

Meta reklamlarında her yeni reklam seti yayına girdiğinde bir 'öğrenme fazı' başlar. Bu süreçte Meta'nın algoritması senin reklamını kime, ne zaman, hangi yerleşimde göstereceğini öğrenir.

Bunu şöyle düşün: algoritma yeni işe başlayan bir çalışan gibi. İlk günlerde her şeyi dener, hata yapar, öğrenir. Bir süre sonra en iyi rotini bulur ve verimli çalışmaya başlar.

> *Bu süreçte performans dalgalanır — bu tamamen normaldir. Maliyetler yüksek görünebilir, dönüşümler düzensiz gelebilir. Paniklemene gerek yok.*

2. Öğrenme Fazı Ne Kadar Sürer?

Meta'nın öğrenme fazını tamamlaması için iki koşulun sağlanması gerekir:

Koşul	Açıklama
50 dönüşüm olayı	Reklam setinin haftada en az 50 optimizasyon olayı (satın alma, form doldurma vb.) alm
7 gün	Meta bu olayları 7 günlük pencerede toplar. Yani öğrenme fazı en az 7 gün sürebilir.
Yeterli bütçe	Bütçe çok düşükse 50 olaya ulaşmak zorlaşır ve öğrenme uzar ya da hiç tamamlanmaz.

Önemli not: Bütçen düşükse ve haftada 50 dönüşüme ulaşamıyorsan, optimizasyon hedefini 'satın alma' yerine 'sepete ekleme' veya 'içerik görüntüleme' olarak değiştirmeyi düşün. Bu daha kolay ulaşılabilen olaylar olduğu için öğrenme fazı daha hızlı tamamlanır.

3. Öğrenme Fazını Bozan Hatalar

Öğrenme fazı sırasında reklamına müdahale ettiğinde algoritma sıfırlanır ve yeniden başlar. Bu da harcadığın bütçenin boşa gitmesi demektir. İşte en sık yapılan hatalar:

✗	**Reklamı erken kapatmak**	1-2 saatte sonuç göremeyince reklamı durdurmak. Bu en yaygın ve en pahalı hata
✗	**Bütçeyi sık değiştirmek**	Günde birkaç kez bütçeyi artırıp azaltmak öğrenmeyi sıfırlar.
✗	**Hedef kitleyi düzenlemek**	Öğrenme sırasında hedef kitlede yapılan her değişiklik sıfırlamaya neden olur.
✗	**Görseli veya metni değiştirmek**	Kreatif değişiklikleri de öğrenmeyi baştan başlatır.
✗	**Çok fazla reklam seti açmak**	Bütçeyi bölersin, hiçbiri 50 olaya ulaşamaz, hepsi öğrenme fazında kalır.

4. Öğrenme Fazını Hızlandırmanın Yolları

Öğrenme fazını tamamen atlayamazsın ama hızlandırabilirsin:

✓ Yeterli bütçe ayır: Günlük bütçeni hedef dönüşüm maliyetinin en az 5 katı olarak belirle. Örneğin ortalama satış maliyetin 50 TL ise günlük bütçen en az 250 TL olmalı.

✓ Geniş hedef kitle kullan: Öğrenme fazında algoritmayı kısıtlama. Geniş bir kitleyle başla, öğrenme tamamlandıktan sonra daralt.

✓ Mevcut reklamı kopyala: Çalışan bir reklamı düzenlemek yerine kopyala ve üzerinde çalış. Orijinal reklamın öğrenmesi bozulmaz.

✓ Tek reklam setine odaklan: Bütçeyi 5 reklam setine bölmek yerine 1-2 güçlü reklam setine yoğunlaştır.

✓ Doğru optimizasyon olayı seç: Yeni bir hesapsa önce trafik veya etkileşim hedefiyle başla, veri birikmeden dönüşüm hedefine geçme.

5. Öğrenme Fazında Ne Yapmalısın?

Kısaca: mümkün olduğunca dokunma.

Ama tamamen gözü kapalı bekleme de değil. Şunlara dikkat edebilirsin:

- Reklam harcamasını takip et — bütçen hızla tükeniyorsa bir sorun olabilir.
- Gösterim ve tıklama oranına bak — çok düşükse kreatif sorunu olabilir.

- Negatif geri bildirim oranını kontrol et — çok yüksekse hedef kitle yanlış olabilir.
- Bunların dışında en az 3-7 gün bekle ve müdahale etme.

Meta Ads Manager'da reklam setinin durumu 'Aktif' veya 'Öğrenme' olarak görünür. 'Öğrenme Sınırlı' yazıyorsa bütçen veya hedef kitlen yetersiz demektir — bu durumda müdahale etmen gerekebilir.

6. Sıkça Sorulan Sorular

Öğrenme fazı her zaman tamamlanır mı?

Hayır. Bütçe yetersizse, hedef kitle çok dara ise veya dönüşüm olayı çok az gerçekleşiyorsa 'Öğrenme Sınırlı' durumuna düşebilir. Bu durumda bütçeyi artırmak veya optimizasyon olayını değiştirmek gerekir.

Reklamı durdurup tekrar açarsam ne olur?

Öğrenme fazı sıfırlanır ve yeniden başlar. Kaçınılmaz değilse reklamı durdurma.

Öğrenme fazında sonuç almak normal mi?

Evet, öğrenme sırasında da dönüşüm alabilirsin. Ama performans dalgalı olur. Bu normaldir, paniklemene gerek yok.

Ne zaman müdahale etmeliyim?

En az 3 gün geçtikten sonra ve veriler anlamlı hale geldikten sonra. Birkaç saatlik veriye bakarak karar verme.

Öğrenme fazından çıkmak reklamın iyi çalışacağını garanti eder mi?

Hayır, garanti vermez. Ama öğrenme fazından çıkan reklamlar çok daha öngörülebilir ve istikrarlı performans gösterir.

Sonuç: En Ucuz Optimizasyon Sabırdır

Meta reklamcılığında teknik bilgi önemli, ama en çok kazandıran şey sabırdır. Algoritmanın öğrenmesine izin ver, müdahalelerini minimumda tut, veriler anlamlı hale geldikten sonra karar ver.

Müşterilerimde gördüğüm en büyük dönüşüm, bütçeyi artırmak veya hedef kitleyi değiştirmek değil — sadece beklemek oldu. Bu kadar basit.

> Bu rehberi faydalı bulduysan, Meta reklamlarıyla ilgili aklına takılan soruları bana Instagram'dan iletebilirsin. Her soruyu yanıtlamaya çalışıyorum. @mertcozcan

---

© Mert Can Özcan | mertcozcan | ajansbig.com.tr