profaj

ÖRNEK RAPOR

E-TİCARET REKLAM RAPORU

Örnek E-Ticaret Reklam Raporu

Örnek Marka A.Ş. · ornekmarka.com.tr
Örnek dönem: Ekim · karşılaştırma dönemi: Eylül

OKUMADAN ÖNCE

Bu rapor, rapor biçimimizi göstermek için hazırlanmış bir örnektir. Marka ve tüm rakamlar kurgusaldır.

RAPORUN İÇİNDE

Yönetici özeti · Temel göstergeler · Grafikler · Bulgular · Yapılan işler · Gelecek ay planı · Sözlük

YÖNETİCİ ÖZETİ

Ekim ayında e-ticaret reklamları

1 NE OLDU

Reklam getirisi 6,72 değerinden 6,22 değerine düştü, sipariş 384 değerinden 377 değerine indi. En çok geliri köşe koltuk getirdi (289.700 TL). TV ünitesinde getiri 3,38 değerinden 1,86 değerine düştü.

2 NEDEN OLDU

TV ünitesinde harcama 21.300 TL değerinden 24.100 TL değerine çıktı, gelir 71.900 TL değerinden 44.900 TL değerine indi. Ürün listesinde stokta olmayıp reklamı 14 ürün üç gün yayında kaldı, bu olası bir nedendir.

3 NE YAPACAĞIZ

TV ünitesi bütçesini sınırlamayı öneriyoruz, onayınıza sunacağız. Stok bilgisini ürün listesine her gün bağlayacağız. Reddedilen ürünleri düzelteceğiz.

Temel göstergeler

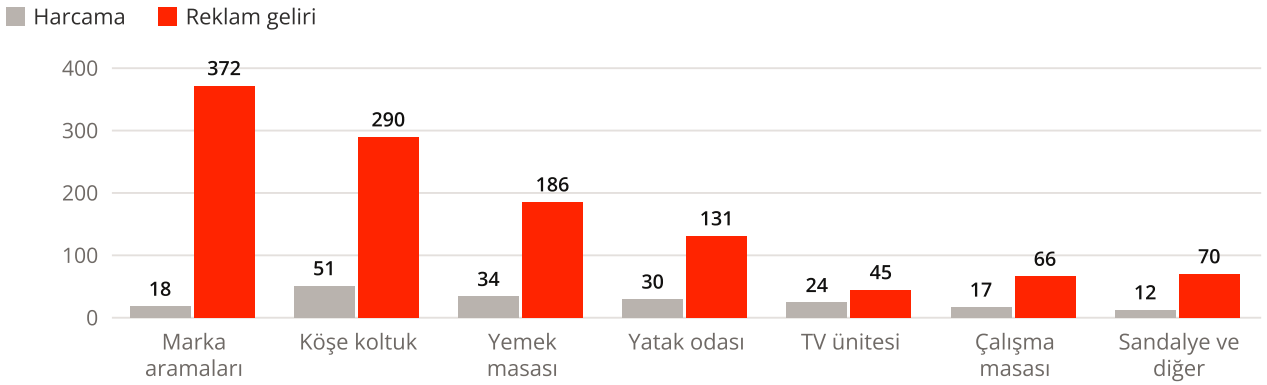
Gösterge	Ekim	Eylül	Değişim	Durum
REKLAM SONUCU				
Reklam harcaması	186.400 TL	171.000 TL	+%9,0	Nötr
Reklam geliri	1.159.900 TL	1.148.900 TL	+%1,0	Yatay
Sipariş	377	384	−%1,8	Dikkat
Reklam getirisi (gelir ÷ harcama)	6,22	6,72	−%7,4	Dikkat
Sipariş başına reklam maliyeti	494 TL	445 TL	+%11,0	Dikkat
Reklam kaynaklı ortalama sepet	3.077 TL	2.992 TL	+%2,8	İyi
ÜRÜN LİSTESİ				
Reklamda yayınlanan ürün	1.184	1.152	+%2,8	İyi
Reddedilen ürün	37	22	+%68,2	Dikkat
Stokta olmayıp reklamı yayında kalan ürün	14	ölçülmedi	yok	Dikkat

Durum: İyi Dikkat Yatay (değişim %1 altında) Nötr (iyi ya da kötü diye yorumlanmaz)

GRAFİKLER

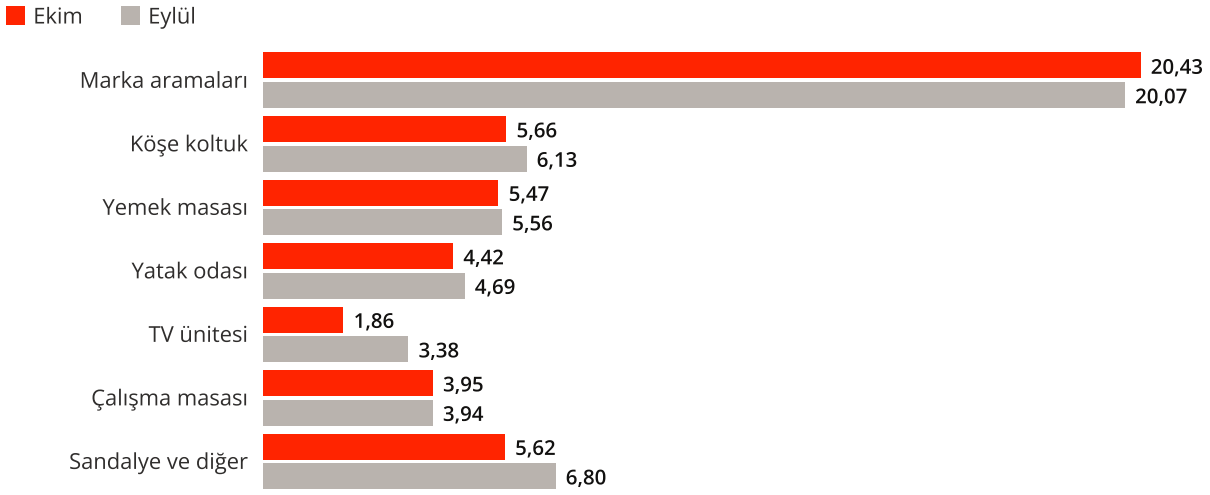
Kategori kırılımı

Kategoriye göre harcama ve reklam geliri (Ekim, bin TL)



Marka aramaları ve köşe koltuk geliri en yüksek kategorilerdir. TV ünitesinde gelir harcamanın 1,9 katı kaldı.

Kategoriye göre reklam getirisi (gelir ÷ harcama)



Marka aramaları ve çalışma masası dışındaki beş kategorinin hepsi Eylül ayının gerisinde kaldı. En büyük düşüş TV ünitesinde.

Kategoriye göre haftalık reklam siparişi (Ekim)

Kategori / hafta	1-7	8-14	15-21	22-31	Toplam
Marka aramaları	30	30	29	32	**121**
Köşe koltuk	18	18	18	20	**74**
Yemek masası	10	13	14	15	**52**
Yatak odası	9	10	12	12	**43**
TV ünitesi	4	4	3	3	**14**
Çalışma masası	6	7	7	8	**28**
Sandalye ve diğer	12	11	11	11	**45**
Toplam	**89**	**93**	**94**	**101**	**377**

Koyu kırmızı daha çok sipariş demektir. Son hafta 10 günlüktür ve siparişlerin yaklaşık dörtte biri o haftada geldi.

BULGULAR VE YAPILAN İŞLER

Kategori tablosu

Kategori	Harcama	Gelir	Sipariş	Ortalama sepet	Getiri Ekim	Getiri Eylül
Marka aramaları	18.200 TL	371.900 TL	121	3.074 TL	20,43	20,07
Köşe koltuk	51.200 TL	289.700 TL	74	3.915 TL	5,66	6,13
Yemek masası	33.900 TL	185.600 TL	52	3.569 TL	5,47	5,56
Yatak odası	29.700 TL	131.200 TL	43	3.051 TL	4,42	4,69
TV ünitesi	24.100 TL	44.900 TL	14	3.207 TL	1,86	3,38
Çalışma masası	16.800 TL	66.300 TL	28	2.368 TL	3,95	3,94
Sandalye ve diğer	12.500 TL	70.300 TL	45	1.562 TL	5,62	6,80
Toplam	**186.400 TL**	**1.159.900 TL**	**377**	**3.077 TL**	**6,22**	**6,72**

Getiri, reklam gelirinin reklam harcamasına oranıdır. Ortalama sepet, gelirin sipariş sayısına bölümüdür.

İyi giden

Köşe koltuk en çok geliri getirdi
289.700 TL gelir ve 74 sipariş. Getiri 5,66.

Reklam kaynaklı ortalama sepet büyüdü
2.992 TL değerinden 3.077 TL değerine çıktı (+%2,8).

Marka aramaları istikrarlı
Getiri 20,4, sipariş 121. Marka ilgisi yüksek.

Reklamdaki ürün sayısı arttı
1.152 üründen 1.184 ürüne çıktı.

Dikkat isteyen

TV ünitesi pahalıya geldi
Harcama 24.100 TL iken gelir 44.900 TL kaldı. Getiri 3,38 değerinden 1,86 değerine düştü.

Stokta olmayan ürünler reklamda kaldı
14 ürünün reklamı stoğu bittikten sonra üç gün daha yayında kaldı.

Reddedilen ürün sayısı arttı
22 üründen 37 ürüne çıktı. Reddedilen ürün reklamda gösterilmez.

Yatak odası getirisi düştü
4,69 değerinden 4,42 değerine indi.

Yapılan işler

Ürün listesi kontrolü	37 reddedilen ürünün nedenleri incelendi, düzeltmeye başlandı.
Başlık ve görsel	64 ürünün reklam başlığı ve ana görseli yenilendi.
Kategori izleme	Yedi kategori her hafta getiri açısından izlendi.
Marka aramaları	Marka kelimeli aramalar için günlük bütçe sınırı kuruldu.
Yeniden pazarlama	Sepeti terk edenler için reklam metinleri yenilendi.

GELECEK AY PLANI

Kasım ayında önce şunlara bakacağız

Sıra	İş	Neden bu sırada	Nasıl ölçeceğiz
1	**TV ünitesi bütçesini sınırla (onayınızla)**	Getiri 1,86 ile en düşük kategori.	TV ünitesi getirisi
2	**Stok bilgisini ürün listesine günlük bağla**	Stoksuz ürün reklamda kalıyor.	Stoksuz yayında kalan ürün sayısı
3	**Reddedilen ürünleri düzelt**	37 ürün reklamda hiç gösterilmiyor.	Reddedilen ürün sayısı
4	**Köşe koltuk için yeni görsel dene**	En çok gelir getiren kategori, küçük iyileşme büyük fark yaratır.	Köşe koltuk getirisi
5	**Kasım indirim dönemi planını hazırla**	Talebin arttığı dönemde bütçe ve kategori payı önceden belirlenmeli.	Plan onayı ve dönem getirisi

Sizden beklediğimiz

- TV ünitesi bütçe sınırlamasına onay
- Stok sisteminden günlük ürün listesi çıkışı
- Kasım indirim oranları

Sözlük

Ürün listesi
Ürün adı, görseli ve stok bilgisinin reklam sistemine gönderildiği liste.

Reklam getirisi
Reklam gelirinin harcamaya oranı.

Ortalama sepet
Bir siparişte ortalama harcanan tutar.

Sipariş başına maliyet
Bir siparişi getirmek için harcanan reklam tutarı.

Reddedilen ürün
Reklam platformunun kurallara uymadığı için yayınlamadığı ürün.

Yeniden pazarlama
Siteyi ziyaret etmiş kişilere yeniden gösterilen reklam.

profaj

PROFAJ İLE

Raporunuzu böyle alırsınız

Her ay aynı düzen: önce üç maddelik özet, sonra rakamlar, grafikler, iyi giden ve dikkat isteyen konular, yapılan işler ve gelecek ayın planı. Rapor, sonuçları birlikte konuşmak için bir başlangıçtır.

Reklam verilerinizi Advetics ile izler ve her ay bu düzende raporlarız.

TELEFON

+90 232 320 00 40

E-POSTA

profaj@profaj.com

GÖRÜŞME PLANLAYIN

profaj.com/iletisim/gorusme-planlayin

Sonuçlar her markada farklıdır; bu örnek bir taahhüt değildir.

Bu İşte Beraberiz!