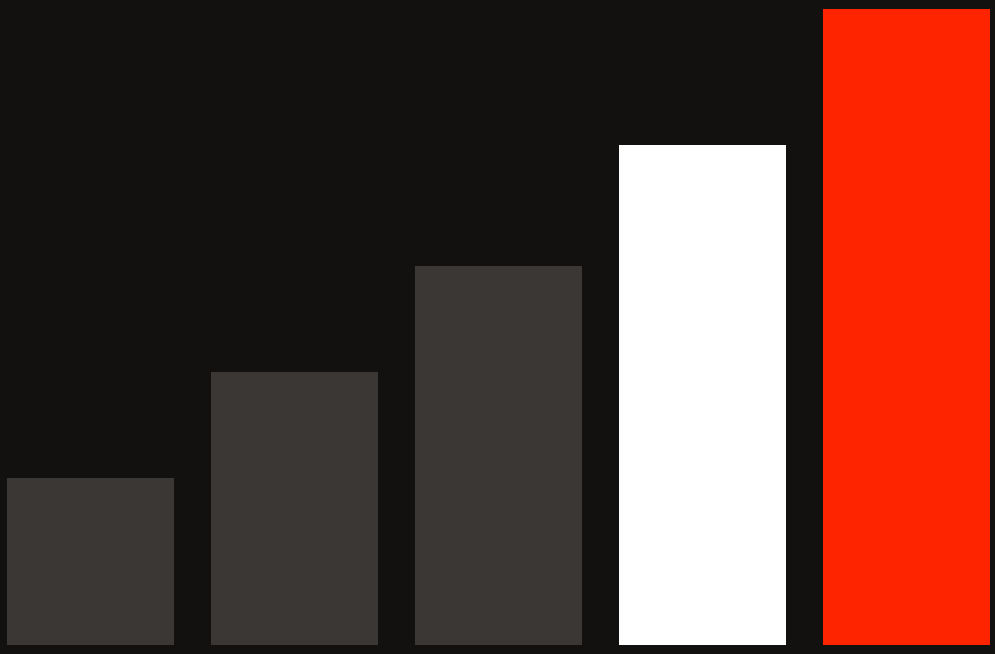
profaj



ROL REHBERİ · PAZARLAMA YÖNETİCİLERİ

Pazarlama Bütçesi ve Yönetime Raporlama Rehberi

Kalem yapısından yönetim kurulu özetine: bütçeyi kurmak, sıralamak, izlemek ve anlatmak için boş şablonlar.

Pazarlama bütçesini hazırlayan ve yönetime sunan yöneticiler için. Tüm tablolar boştur, tutarları kendi kayıtlarınızdan doldurun.

BU REHBERDE

1 **Kalem yapısı**

2 **Öncelik sıralaması**

3 **Aylık takip**

4 **Yönetim özeti**

BU REHBER

Bütçeyi savunulabilir kılan şey düzenidir

Bütçe tartışmasında kazanan, tutarı değil mantığı gösterendir. Bu rehber kalem yapısını, öncelik sıralamasını ve tek sayfalık özeti bir arada verir.

Kimin için

- Yıllık pazarlama bütçesini hazırlayan yönetici
- Bütçesini yönetim kuruluna sunan müdür
- Finans ekibiyle ortak dil kurmak isteyen ekip

Ne kazandırır

- Hedefe bağlı kalem yapısı
- Taleplerin aynı ölçüyle sıralanması
- Aylık takip ve tek sayfalık yönetim özeti

Rehberin haritası

Sayfa	Bölüm	Ne işe yarar
3	Kalem yapısı	Yedi kalemlik yapıyı kendi tutarlarınızla doldurun.
4	Öncelik sıralaması	Talepleri puanlayın, daralmada neyi gözden geçireceğinizi görün.
5	Aylık takip	Planlanan, gerçekleşen ve fark tablosu.
6	Yönetim özeti	Altı kutuluk tek sayfa ve gösterge seçimi.
7	Özet kontrol listesi	Rehberin tamamını tek sayfada, işaretleyerek gözden geçirin.

Başlamadan önce kendi durumunuzu yazın

BÜTÇE DÖNEMİ VE ONAY VEREN KİŞİ

BU YIL EN ÇOK TARTIŞILAN HARCAMA KALEMİ

KALEM YAPISI

Bütçeyi hedefe bağlı kalemlere ayırın

Tek satırlık pazarlama bütçesi yönetimde soru doğurur. Kalemleri işe göre ayırın, her kaleme bir sahip ve bir hedef bağlayın. Bu sayfadaki tablo boştur, tutarları kendi kayıtlarınızdan doldurun.

Kalem	Neleri kapsar	Sahibi	Bağlı hedef	Yıllık tutar
Medya ve reklam	Arama, sosyal, video ve pazaryeri reklam harcaması			
Üretim	Görsel, video, metin, web sayfası üretimi			
Ajans ve danışmanlık	Aylık hizmet ve proje bedelleri			
Teknoloji ve araçlar	Ölçüm, e-posta, otomasyon, tasarım abonelikleri			
Etkinlik ve fuar	Katılım, stand, ikram, davet			
İçerik ve basılı	Katalog, broşür, hediye, ürün numunesi			
Deney ve yedek	Yeni kanal denemesi ve beklenmeyen fırsat			

Kalem tanımı kuralları

- ☐ Bir harcama yalnızca tek kaleme yazılır
- ☐ Abonelikler ayrı kalemde tutulur, yenileme tarihi yazılır
- ☐ Deney kalemi baştan ayrılır, yıl ortasında bulunmaz
- ☐ Kalem adları finans ekibinin hesap planıyla eşleşir

ÖNCELİK

Her iş aynı ölçüyle sıralansın

Bütçe her talebe yetmez. Önceliği kişilerin sesine değil, aynı üç ölçüye göre verin. Her ölçüye 1 ile 3 arası puan yazın.

İş ya da talep	Hedefe katkı	Kanıt gücü	Hazırlık	Toplam	Karar

ÖLÇÜLER

Puanı nasıl verirsiniz?

Hedefe katkı: işin şirket hedefine doğrudan bağı. **Kanıt gücü:** önceki sonuç ya da güvenilir veri var mı. **Hazırlık:** ekip, içerik ve ölçüm hazır mı.

Bütçe daraldı. Neyi önce gözden geçirirsiniz?

Sonucu ölçülemeyen iş	Önce ölçümü kurun. Kurulamıyorsa kesinti adayıdır.
Hedefle bağı zayıf iş	Durdurun ya da bir sonraki döneme erteleyin.
Sürekli işleyen ve sonuç veren iş	Dokunmayın. En son kısılacak kalemdir.
Deney kalemi	Ertelenebilir, ama tamamen silmeyin. Küçük bir pay bırakın.

TAKİP

Planlanan ile gerçekleşeni aylık yan yana koyun

Sapma kötü haber değildir, çözülmesi gereken bir sorudur. Aylık kısa bir tablo bunu görünür yapar.

Kalem	Planlanan	Gerçekleşen	Fark	Açıklama ve karar
Medya ve reklam				
Üretim				
Ajans ve danışmanlık				
Teknoloji ve araçlar				
Etkinlik ve fuar				
Deney ve yedek				

Yeniden dağıtım kuralı

Kalemler arası aktarımı kimin onayladığını baştan yazın. Aşağıdaki alanları kendi şirketinizin kurallarıyla doldurun.

KENDİ SINIRINIZ İÇİNDE KARAR VEREN	ÜST ONAY GEREKTİREN DURUM	BİLGİLENDİRİLECEK KİŞİ

AYLIK RİTİM

Her ayın ilk haftasında önceki ayı kapatın. Üç aydır aynı yönde sapan kalem varsa planı değiştirin, sapmayı düzeltmeye çalışmayın.

YÖNETİME RAPOR

Yönetim kuruluna tek sayfalık özet

Yönetim kurulu ayrıntı değil karar ister. Aşağıdaki altı kutu, tek sayfaya sığar ve her dönem aynı biçimde doldurulur.

1. Dönem ve hedefler
Dönemin hedefi ve şirket hedefiyle bağı.

2. Sonuçlar
Hedefe karşı gerçekleşen, en fazla beş gösterge.

3. Harcama
Plana göre durum ve sapmanın nedeni.

4. Öğrendiklerimiz
İşe yarayan ve bırakılan.

5. Önümüzdeki dönem
İlk üç öncelik ve neden.

6. Sizden istediğimiz karar
Onay, bütçe ya da kaynak talebi.

Yönetim için gösterge seçimi

Gösterge türü	Yanıtladığı soru	Kaynak
Büyüme	Pazarlama satışa ne kadar katkı verdi?	
Verimlilik	Harcanan her birim ne getirdi?	
Talep	Yeni talep geliyor mu ve nitelikli mi?	
Marka	Tanınırlık ve tercih yönü nedir?	

ÖZET

Bütçe ve raporlama kontrol listesi

- [ ] Kalemler hedeflere bağlandı
- [ ] Deney kalemi baştan ayrıldı
- [ ] Talepler aynı ölçüyle puanlandı
- [ ] Aylık takip tablosu işliyor
- [ ] Sapmalar açıklamayla kayıtlı
- [ ] Göstergelerin kaynağı belli
- [ ] Her kaleme sahip yazıldı
- [ ] Abonelik yenileme tarihleri kayıtlı
- [ ] Daralma sırası önceden belirlendi
- [ ] Yeniden dağıtım kuralı yazıldı
- [ ] Yönetim özeti altı kutuyla hazır
- [ ] Sunumda tek karar istendi

Bütçe döneminde dört adım

1 Dönem öncesi
Kalem tablosunu geçen yılın kayıtlarıyla doldurun.

2 Planlama
Talepleri puanlayın ve sıralayın.

3 Dönem içi
Her ay takip tablosunu kapatın.

4 Dönem sonu
Özet sayfasını doldurup yönetime sunun.

HATIRLATMA

Rakamları şirket kayıtlarından alın. Bu rehberdeki tablolar bilerek boştur ve hiçbir tutar önermez.

PROFAJ İLE

Bütçenizi birlikte kuralım

Hedeften geriye doğru bütçe kurmak, raporlamayı kolaylaştırmak ve yönetime net sunmak için yanınızdayız.

Hedeften bütçeye
Hedefinizi dinleyip kalem yapısını sizinle birlikte çıkarırız.

Düzenli rapor
Harcamayı ve sonucu aynı tabloda aylık gösteririz.

Yönetim sunumu
Tek sayfalık özetinizi birlikte hazırlarız.

İlgili hizmetler

Pazarlama bütçesi planlama, dijital pazarlama danışmanlığı, performans pazarlaması, raporlama.

PROFAJ AI SUİTE: ADVETİCS

Advetics, Google ve Meta reklam bütçelerinizin izlenmesini ve raporlanmasını kolaylaştırır.

Nasıl başlarız

1 **Tanışalım**
Hedeflerinizi ve mevcut bütçe yapınızı dinleriz.

2 **Planı görün**
Kalem ve öncelik tablosunu birlikte kurarız.

3 **Üretimi izleyin**
Harcamayı aylık tabloda görürsünüz.

4 **Sonucu ölçün**
Dönem sonu özetini birlikte hazırlarız.

GÖRÜŞME PLANLAYIN

TELEFON
+90 232 320 00 40

E-POSTA
profaj@profaj.com

WEB
profaj.com

GÖRÜŞME
profaj.com/iletisim/gorusme-planlayin

Bu İşte Beraberiz!