

Proje Raporu: Marketing Performance & ROI Analysis

Hazırlayan: Aleyna Rapata

Tarih: 28 Kasım 2025

Araçlar: PostgreSQL, DBeaver (Database Management), SQL, Veri Analizi

1. Proje Özeti (Executive Summary)

Bu rapor, Facebook ve Google Ads platformlarından elde edilen verilerin SQL kullanılarak analiz edilmesini kapsamaktadır. Temel amaç; reklam harcamalarının verimliliğini (ROMI), kampanya bazlı büyümeye ivmesini ve operasyonel sürekliliği ölçerek iş stratejisine katkı sağlamaktır.

2. Finansal Verimlilik Analizi (ROMI)

Yapılan analiz sonucunda reklam bütçesinin geri dönüş oranları incelenmiştir.

- En Yüksek Verimlilik:** 11 Ocak 2022 tarihinde **2.49 ROMI** ile zirve noktasına ulaşılmıştır. Bu, harcanan her 1 birimlik bütçenin firmaya 2.49 birim kazanç sağladığını gösterir.
- İçgörü:** Ocak ve Şubat aylarındaki yüksek ROMI değerleri, bu dönemdeki reklam kreatiflerinin veya hedeflemelerinin diğer dönemlere göre daha optimize olduğunu kanıtlamaktadır.

ad_date	total_romi
2022-01-11	2.49
2022-01-07	2.46
2022-02-13	2.42
2022-01-16	2.4
2022-02-12	2.37

NOT: Analizler için hazırlanan SQL sorgularına projenin GitHub sayfasındaki [marketing_analysis.sql](#) dosyasından ulaşılabilir

3. Kampanya Büyüme ve Erişim Analizi (Growth)

Kampanyaların kullanıcıya ulaşma kapasitesi (Reach) ve haftalık gelir katkısı analiz edilmiştir.

- **Haftalık Lider:** "Expansion" kampanyası, Nisan 2022'de haftalık **2.294.120** birim değer üreterek en karlı kampanya olmuştur.
- **Erişim Patlaması:** "Hobbies" kampanyası, bir önceki aya göre **4.266.575** yeni kullanıcıya ulaşarak %... oranında bir büyümeye ivmesi yakalamıştır.
- **İçgörü:** "Hobbies" kampanyasındaki bu devasa artış, pazar genişletme stratejisinin başarılı olduğunu ve doğru kitleye ulaşıldığını göstermektedir.

The image shows two separate data visualization interfaces, likely from Looker or similar tools, displaying campaign performance metrics.

Top Interface (Results 1):

```
WITH fb AS ( SELECT f.ad_date, f.face | ↗ ↘ Enter a SQL expression to filter results (use Ctrl+Space)
```

week_start	campaign_name	weekly_value
2022-04-11	Expansion	2,294,120

Bottom Interface (Results 1):

```
WITH fb_daily AS ( SELECT f.ad_date | ↗ ↘ Enter a SQL expression to filter results (use Ctrl+Space)
```

ad_month	campaign_name	monthly_reach	monthly_growth
2022-04-01	Hobbies	5,011,659	4,266,575

4. Operasyonel Sürekllilik (Streak Analysis)

Reklamların kesintisiz yayında kalma süresi, algoritmanın öğrenme süreci ve marka bilinirliği için kritiktir.

- **Sürekllilik Rekoru:** "Narrow" isimli reklam seti, tam **108 gün** boyunca kesintisiz yayında kalmıştır.
- **İçgörü:** Bir reklam setinin bu kadar uzun süre "doygunluğa" ulaşmadan yüksek performansla yayında kalması, hedef kitlenin çok doğru seçildiğini ve kreatiflerin uzun ömürlü olduğunu gösterir.

adset_name	streak_start	streak_end	streak_length
Narrow	2021-05-17	2021-09-01	108

5. Sonuç ve Öneriler

- Bütçe Optimizasyonu:** ROMI'nin 2.00 üzerine çıktıgı dönemlerdeki kampanya kurguları, düşük performanslı dönemlere model olarak uygulanmalıdır.
- Ölçeklendirme:** "Hobbies" kampanyasındaki erişim başarısı, benzer segmentlerdeki diğer kampanyalar için de test edilmelidir.
- Sürdürülebilirlik:** 108 günlük "Narrow" adset başarısı incelenerek, uzun ömürlü reklam setleri oluşturmanın formülü standartlaştırılmalıdır.