

E-ihracat Destekleri Hakkında
İncelemeci Kuruluşlar ve Yararlanıcılar
için Sosyal Medya Kılavuzu

 Meta

İşbu kılavuzun amacı 24/08/2022 tarihli ve 5986 sayılı Cumhurbaşkanı Kararı ile yürürlüğe konulan E-İhracat Destekleri Hakkında Karar kapsamında gerçekleştirilecek iş ve işlemlerde yeknesaklık sağlanarak süreçlerin kolaylaştırılmasıdır.

Kılavuzda yer alan bilgiler çerçevesinde ilgili destek başvurularının değerlendirilmesinde 5986 sayılı E-İhracat Destekleri Hakkında Karar ve E-İhracat Desteklerine İlişkin Genelge uyarınca Ticaret Bakanlığı ve incelemeci kuruluşlar yetkilidir.

E-İhracat Sekretaryası söz konusu kılavuzda zaman içinde değişiklik yapabilir. Destek başvurularına ilişkin inceleme süreçlerinde 5986 sayılı E-İhracat Destekleri Hakkında Karar ve E-İhracat Desteklerine İlişkin Genelge esas olup, kılavuzda yer alan bilgilere dayanılarak yapılan işlemlerden E-İhracat Sekretaryası sorumlu tutulamaz.

Bu kılavuz; tamamen ya da kısmen E-İhracat Sekretaryası'nın yazılı izin alınmaksızın hiçbir surette kullanılamaz, yayınlanamaz, işlenemez, çoğaltılamaz, aksi halde; E-İhracat Sekretaryası'nın tüm hukuki hakları saklıdır.

İçindekiler

1. Meta Hakkında	4
2. Kullanıcı Yetkilendirme	9
3. Firma Tüzel Kişilik Bilgileri ve Ödeme Bilgilerinin Kontrolü	12
4. Reklam Giderlerinin Raporlandırılması	15
4.1 Meta'da Kullanılacak İstisnai Yöntem	24
5. Raporlarda Ktün Eşleştirmesinin Yapılması	36
6. Reklam Giderlerinin Faturalandırılması	38

1. Meta Hakkında

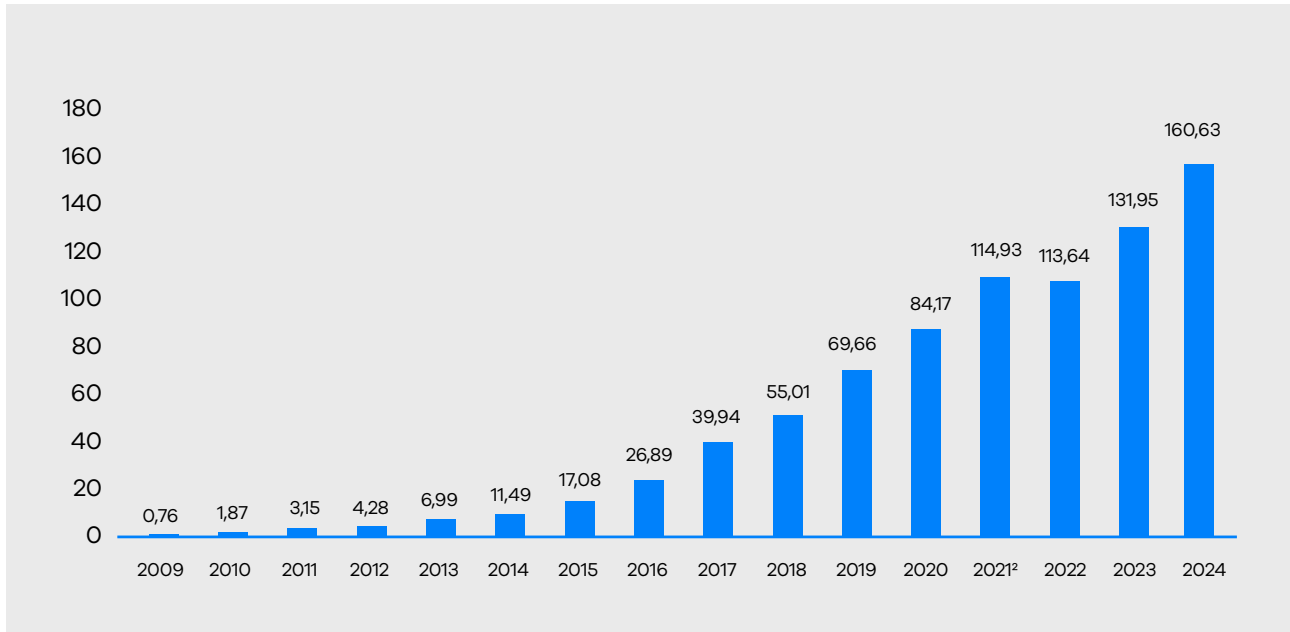
Meta, sosyal medya ve teknoloji alanında faaliyet gösteren küresel bir şirkettir. Merkezi Menlo Park, Kaliforniya'da bulunan şirket, 2004 yılında Mark Zuckerberg tarafından kurulmuştur. Facebook, Instagram, WhatsApp ve Oculus gibi popüler platformları bünyesinde barındırır. Şirket, bağlantı kurma, iletişim ve dijital deneyimleri geliştirme misyonuna odaklanmıştır. Ayrıca yapay zeka ve sanal gerçeklik teknolojilerine yönelik yatırımlarıyla dikkat çekmektedir.

Sosyal Medya Platformu Künyesi		
Kuruluş Tarihi	2004	
Kurucusu	Mark Zuckerberg	
CEO	Mark Zuckerberg (2004 -)	
Gelir ¹	\$ 170,36 Milyar (Mart 2025)	
Net Gelir ²	\$ 66,63 Milyar (Mart 2025)	
Marka Değeri ³	\$ 1,6 Trilyon (Mayıs 2025)	
Sosyal Medya Popülerlik Sıralaması ⁴	Instagram: 1, Facebook: 3	
Hangi Ülkelerde Aktif	Küresel Çapta Aktif	
Platform Ziyaret Sayısı (Mayıs 2025)	Facebook ⁵ 10,77 Milyar Doğrudan: %76,37 Organik Arama: %19,40 Ücretli Arama: %0,03 Yönlendirmeler: %3,29 Sosyal Medya: %0,58 E-posta: %0,21 Görüntülü Reklamlar: %0,12	Instagram ⁶ 5,8 Milyar Doğrudan: %67,2 Organik Arama: %26,37 Ücretli Arama: %0,02 Yönlendirmeler: %4,4 Sosyal Medya: %1,8 E-posta: %0,15 Görüntülü Reklamlar: %0,06
	Rakipler veya Benzer Sosyal Ağlar	
	X, Linkedn, Reddit, Google, TikTok	
	Kullanıcı Demografisi	
	Facebook ⁵ Kadın - %45,19 Erkek - %54,81 25 – 34 yaş arası %25,39 ile en kalabalık grup	Instagram ⁶ Kadın - %44,32 Erkek - %55,68 25 – 34 yaş arası %29,14 ile en kalabalık grup

*Kaynak, Datareportal, Similarweb

Meta ekosisteminde yer alan sosyal medya platformları arasında yer alan Facebook, 3,07 milyar; Instagram ise 2 milyar aktif kullanıcıyla, küresel ölçekte sırasıyla birinci ve üçüncü sırada yer alan sosyal medya platformlarıdır.⁹ Bu itibarla Meta, en popüler sosyal medya platformlarını bünyesinde barındırmakta olup, her iki platforma yönelik trafiğin büyük kısmı doğrudan erişimlerle sağlanmaktadır.

Meta'nın Yıllara Göre Reklam Geliri (Milyar Dolar Cinsinden)



*Kaynak, Statista¹⁰

Meta'nın gelir yapısı, diğer pek çok sosyal medya platformunda olduğu gibi, büyük ölçüde reklam gelirlerine dayanmaktadır. Grafikte de görüldüğü üzere, 2021 yılı sonrasında kaydedilen sınırlı düşüş haricinde, yıllar içinde reklam gelirlerinde düzenli bir artış gözlemlenmektedir. Meta ekosistemi, reklam verenlere hedef kitle tanımlama ve kampanya performansını ölçme imkânı sunan çeşitli araçlar sağlamaktadır. Bu yapısal özellikler, reklam gelirlerinin yıllar içinde artış göstermesinde etkili olmuştur.

¹ <https://www.macrotrends.net/stocks/charts/META>

² <https://www.macrotrends.net/stocks/charts/META/meta-platforms/net-income>

³ <https://www.macrotrends.net/stocks/charts/META/meta-platforms/net-worth>

⁴ <https://datareportal.com/reports/digital-2025-global-overview-report>

⁵ <https://pro.similarweb.com/#/digitalsuite/websiteanalysis/Facebook>

⁶ <https://pro.similarweb.com/#/digitalsuite/websiteanalysis/Instagram>

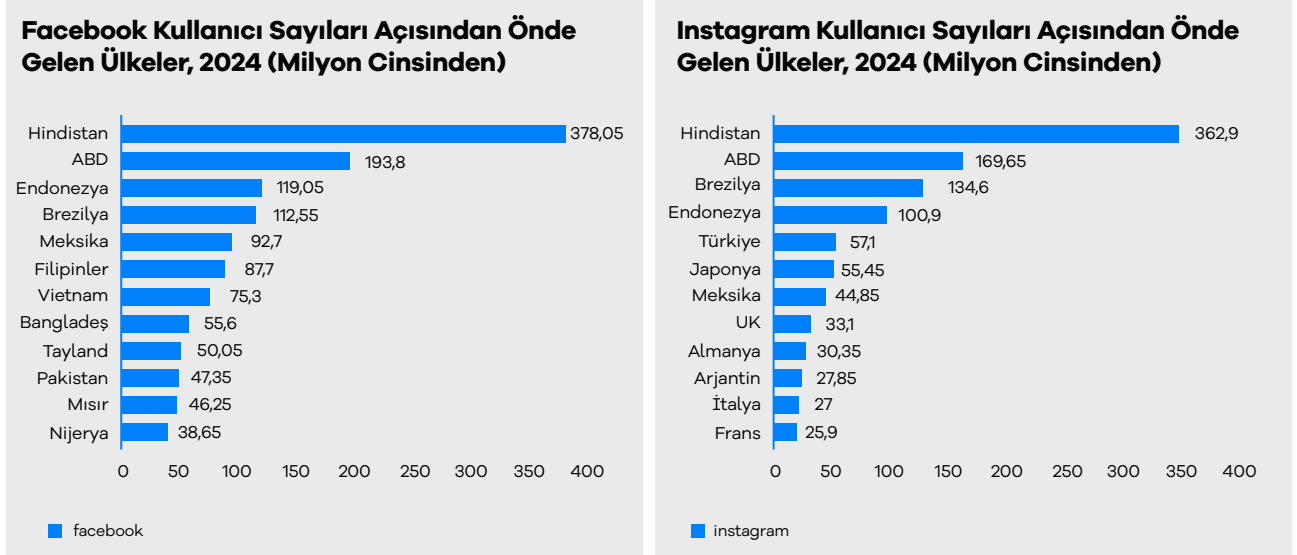
⁷ <https://pro.similarweb.com/#/digitalsuite/websiteanalysis/audience-demographics/Facebook>

⁸ <https://pro.similarweb.com/#/digitalsuite/websiteanalysis/audience-demographics/Instagram>

⁹ <https://datareportal.com/reports/digital-2025-global-overview-report> sayfa 375

¹⁰ <https://www.statista.com/statistics/271258/facebooks-advertising-revenue-worldwide/>

Meta Platformlarının (Facebook ve Instagram) Kullanıcı Sayısının Ülkelere Göre Dağılımı



*Kaynak, Statista^{11,12}

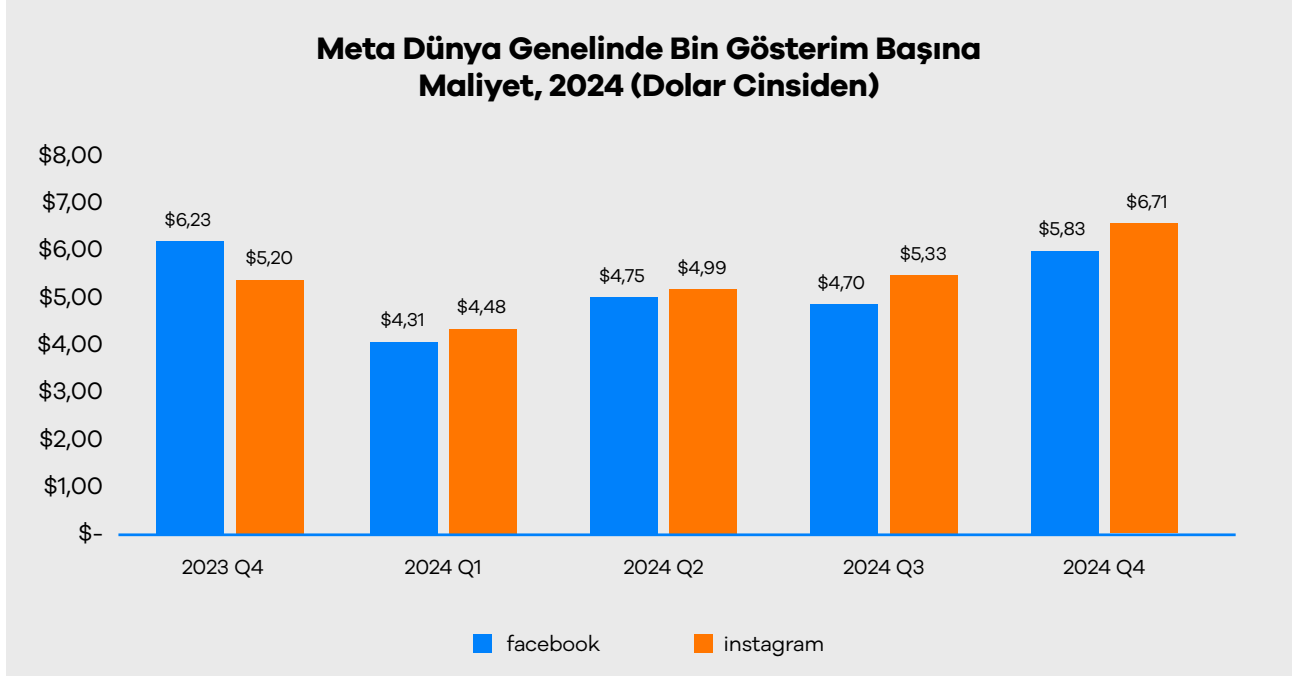
Meta platformlarına ilişkin kullanıcı sayıları ülke bazında incelendiğinde, Hindistan'ın hem Facebook hem de Instagram'da birinci sırada yer aldığı görülmektedir. Facebook özellikle Asya'da daha çok tercih edilirken, Avrupa'da Facebook yerine Instagram'ın tercih edildiği görülmektedir.

Her ülkenin sosyal medya kullanım tercihleri ve alışkanlıkları farklılık göstermektedir. Bu grafiklere göre; bazı pazarlarda Facebook hala yüksek erişim potansiyeline sahipken, bazı pazarlarda ise Instagram daha etkin bir araç olarak öne çıkmaktadır. E-ihracat firmalarının, sosyal medya platformlarının kullanım yoğunluğunu analiz etmesi; reklam bütçelerinin optimize edilmesi, hedef kitleyle etkin iletişim kurulması ve yatırım getirisi oranının (ROAS) maksimize edilmesi için kritik bir stratejik öneme sahiptir.

¹¹<https://www.statista.com/statistics/268136/top-15-countries-based-on-number-of-facebook-users/>

¹² <https://www.statista.com/statistics/578364/countries-with-most-instagram-users/>

Meta Platformlarında (Facebook ve Instagram) Reklamverenlerin Bütçelerindeki Değişim

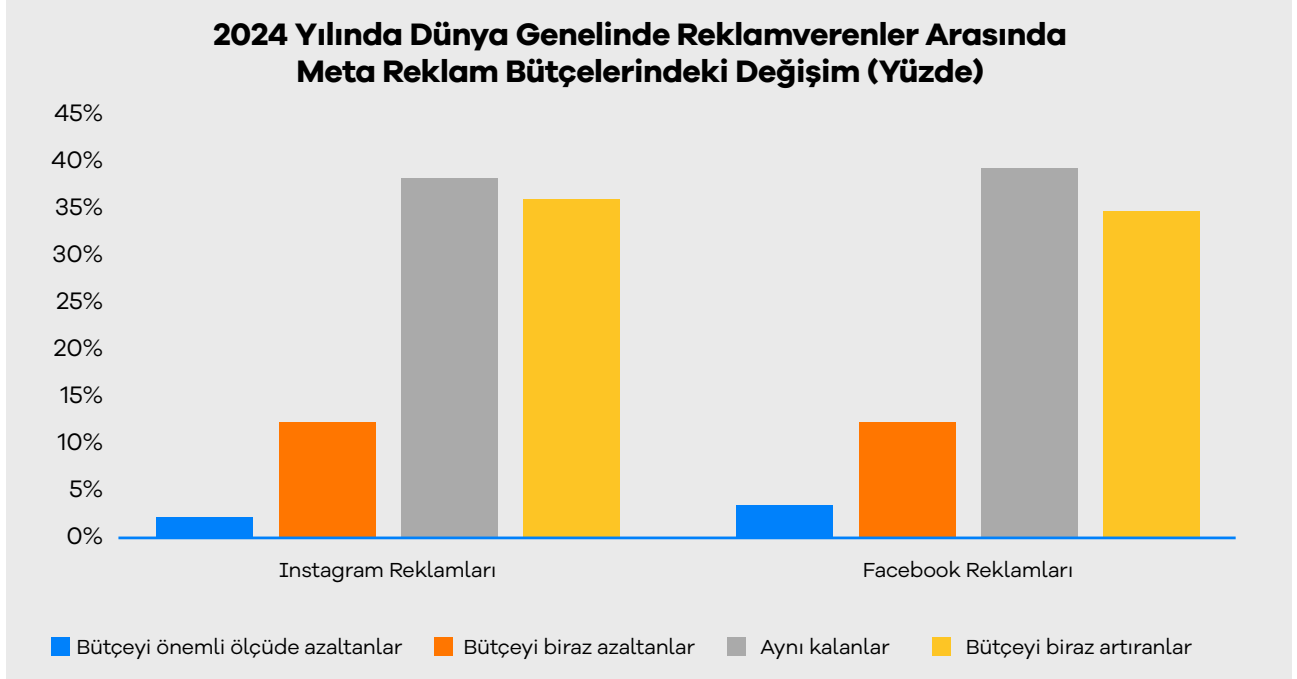


*Kaynak, Emarketer¹³

2024 verilerine göre, Instagram ve Facebook reklamlarında 2024'ün ilk çeyreğinde her iki platformda CPM (bin gösterim başına maliyet) değerlerinde belirgin bir düşüş gözlemlenirken, yılın devamında istikrarlı bir artış trendi gözlemlenmiştir. Instagram'da bu artış daha belirgin olup, son çeyrekte CPM 6,71 ABD Dolarına ulaşarak Facebook'un 5,83 ABD Dolarlık CPM'sini aşmıştır. Bu, Instagram'da artan talep ve reklam rekabetini yansıtmaktadır. Facebook'un CPM'leri daha sabit bir seyir izleyerek maliyet istikrarı sağlamıştır. Meta reklamlarının yıl sonunda, özellikle Black Friday gibi yoğun kampanya dönemlerinde maliyetlerinin ciddi şekilde yükselmesi bütçe planlamasının daha titiz yapılması gerektiğini göstermektedir.

¹³ <https://chart-na1.emarketer.com/2700405/Meta-CPM-Worldwide-by-Platform-Q4-2023-Q4-2024>

Meta Platformlarında (Facebook ve Instagram) Reklamverenlerin Bütçelerindeki Değişim



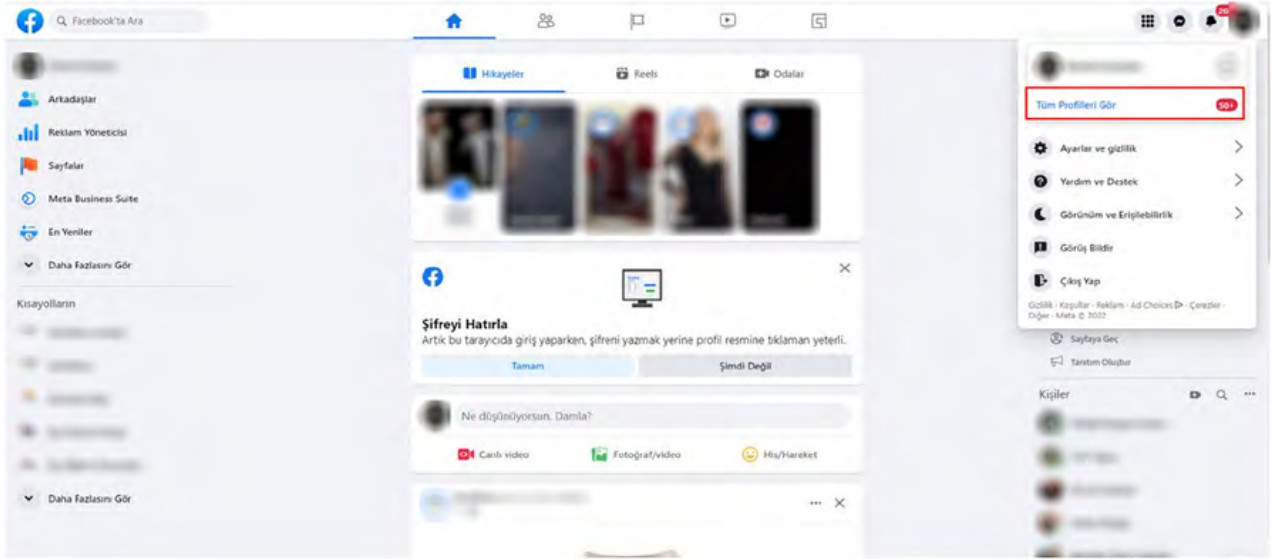
*Kaynak, Statista¹⁴

2024 verilerine göre, Instagram ve Facebook reklamlarında reklamverenlerin çoğu bütçelerini sabit tutmayı tercih etmiştir; bu durum, her iki platformun güvenilirliğini göstermektedir. Bütçe artırımların oranı (Instagram’da %46, Facebook’ta %44) azaltanlara (Instagram’da %15, Facebook’ta %16) göre daha yüksektir. Instagram, bütçe artışı ve “önemli ölçüde artırımlar” kategorisinde (%9) Facebook’un önünde yer almaktadır. Platformda radikal değişiklikler nadiren gerçekleşmekte olup, reklamverenler karar alma süreçlerinde temkinli ve veri odaklı bir yaklaşım benimsemektedir.

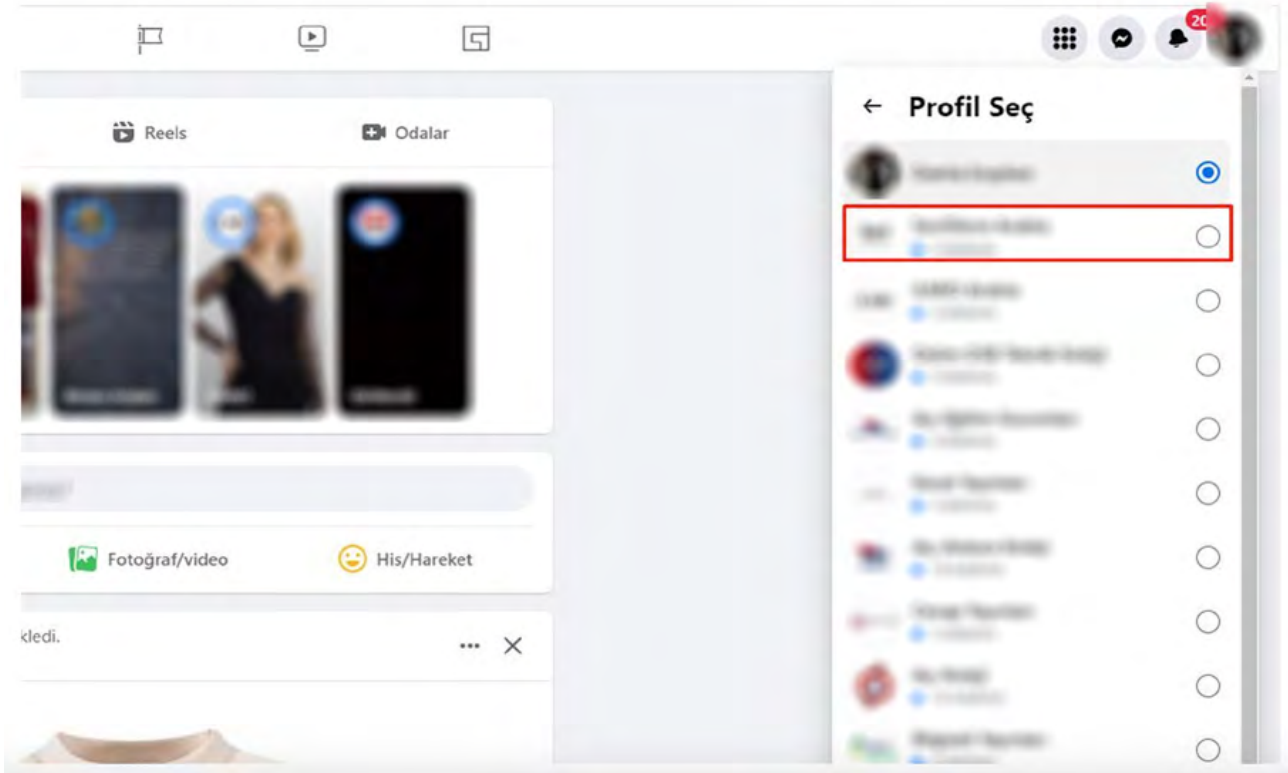
¹⁴ <https://www.statista.com/statistics/1549480/change-in-meta-ads-budgets-worldwide/>

2. Kullanıcı Yetkilendirme

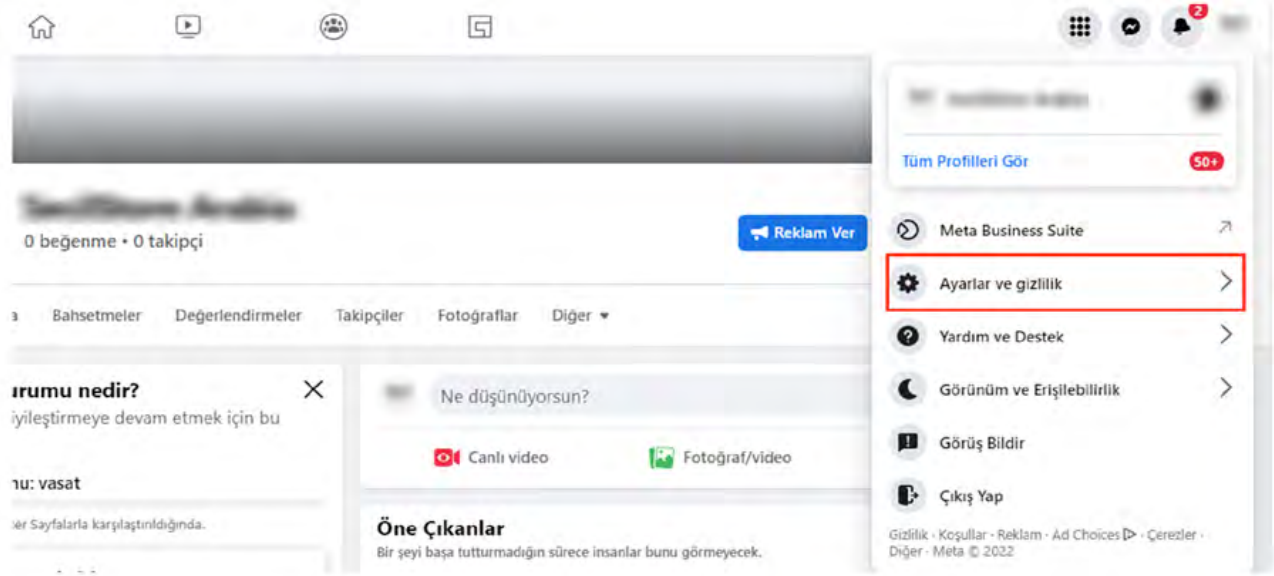
Ekrana 1: Facebook kişisel hesap üzerinden **“Tüm profilleri gör”** seçeneği ile ilgili firmaya ait sayfa seçilmesi gerekmektedir. Firma sayfası mutlaka şahısa ait olan bir Facebook hesabına bağlanmalıdır.



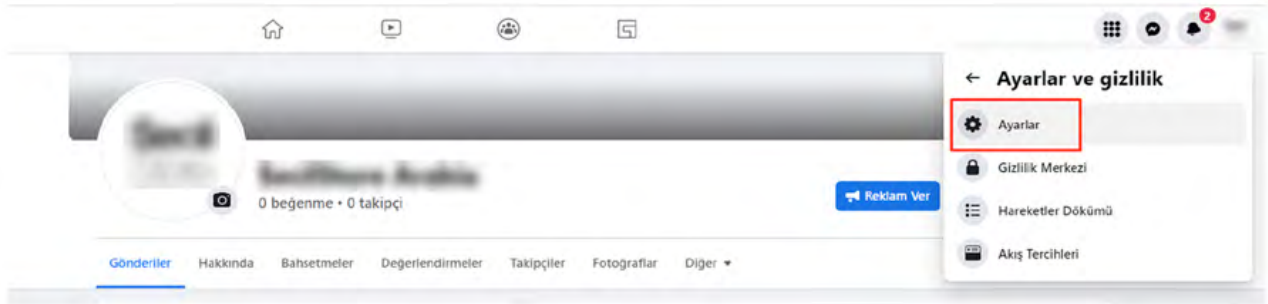
Ekrana 2: Açılan ekranda ilgili mağaza sayfasının seçimi yapılır.



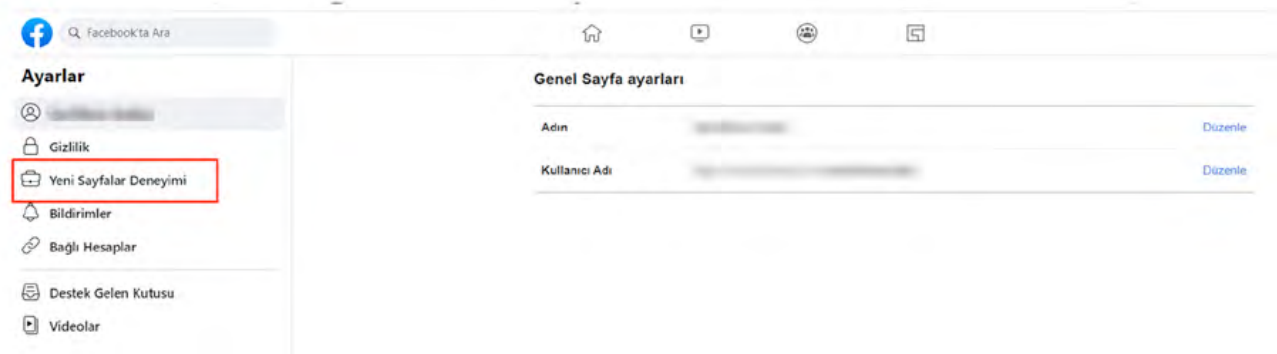
Ekran 3: İlgili sayfa üzerinden tekrar sağ üst köşede yer alan profil fotoğrafına tıklanarak, **“Ayarlar ve Gizlilik”** sekmesine geçilir.



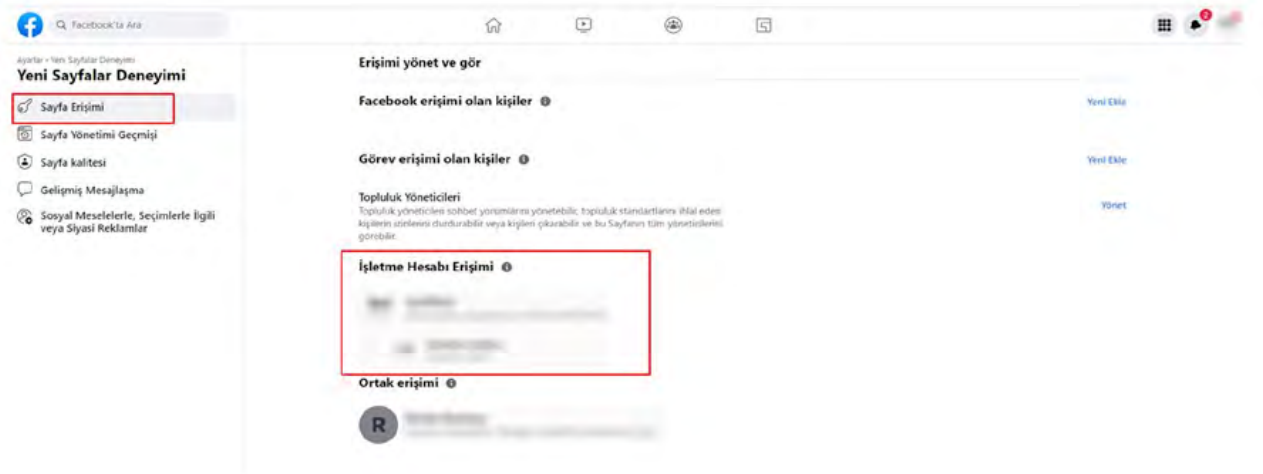
Ekran 4: Ayarlar ve Gizlilik sekmesinin altına yer alan **“Ayarlar”** butonuna tıklanarak ilerlenir.



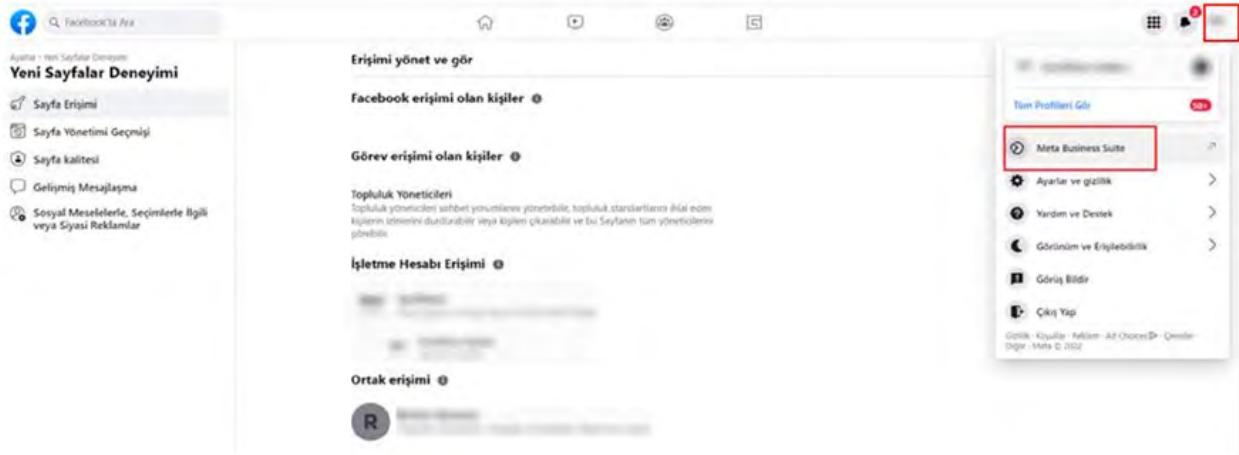
Ekran 5: Ayarlar sekmesinin altında yer alan **“Yeni Sayfalar Deneyimi”** başlığına tıklanır.



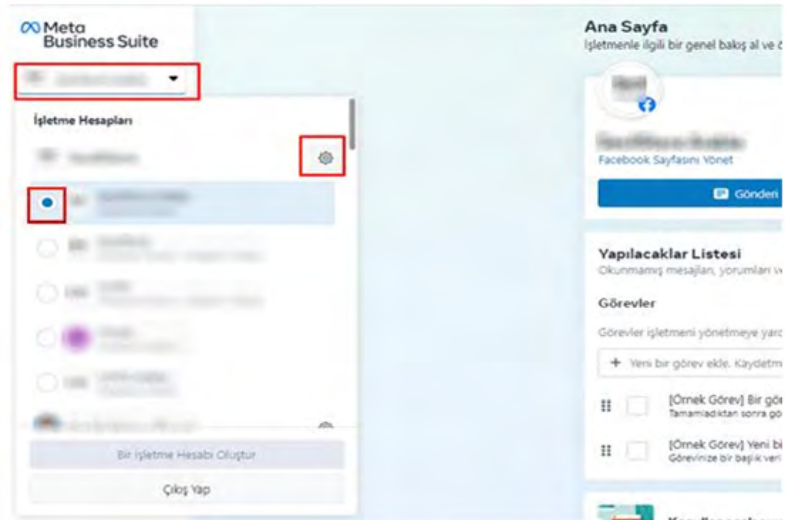
Ekrana 6: Yeni Sayfalar Deneyimi içinde yer alan **“Sayfa Erişimi”** başlığına tıklanarak, sayfanın bağlı olduğu işletme hesap bilgileri görüntülenir.



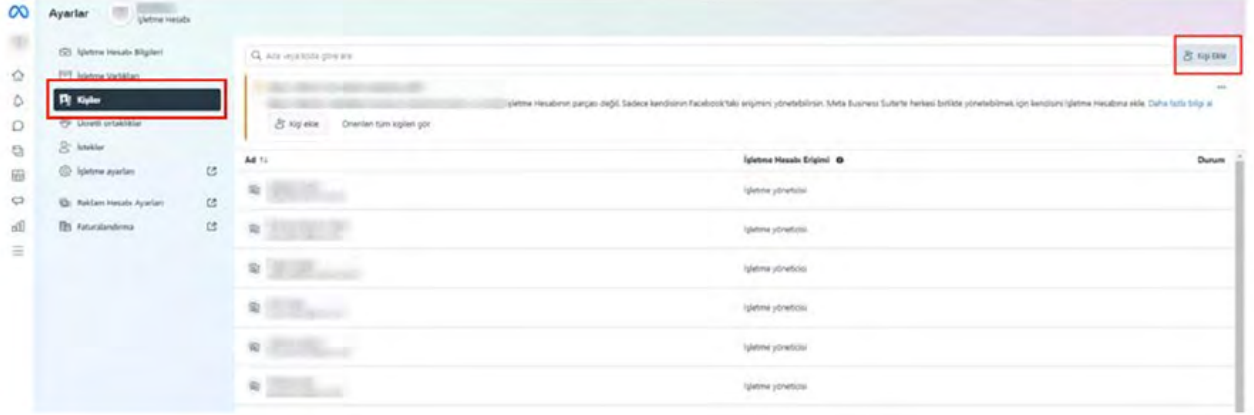
Ekrana 7: Kullanıcı erişimi verilecek alana geçmek için profil fotoğrafı altında yer alan **“Meta Business Suite”** başlığına tıklanır.



Ekrana 8: Meta Business Suite sayfasında yer alan sol menüde, ilgili sayfa seçilerek sağ üstte yer alan çark butonuna tıklanır.

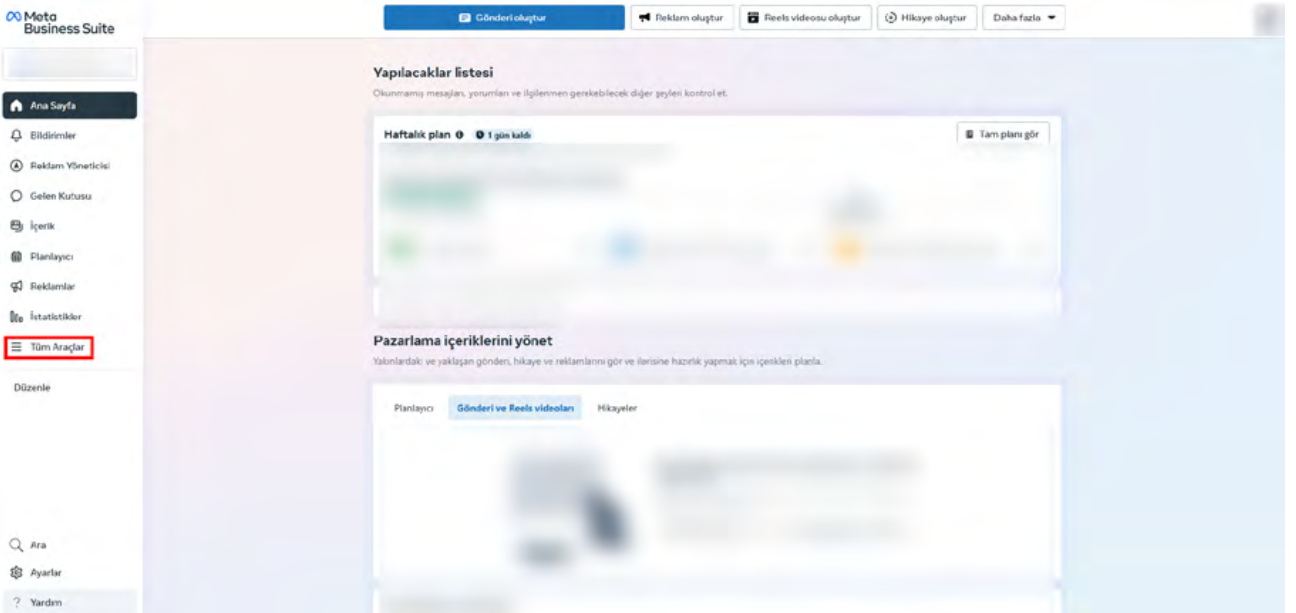


Ekran 9: Ayarlar içinde yer alan başlıklardan **“Kişiler”** seçeneğine tıklanarak sağda yer alan **“Kişi Ekle”** butonuna tıklanır. Devamında kuruma ait Facebook hesabının e-posta bilgileri girilerek adımlar tamamlanır.

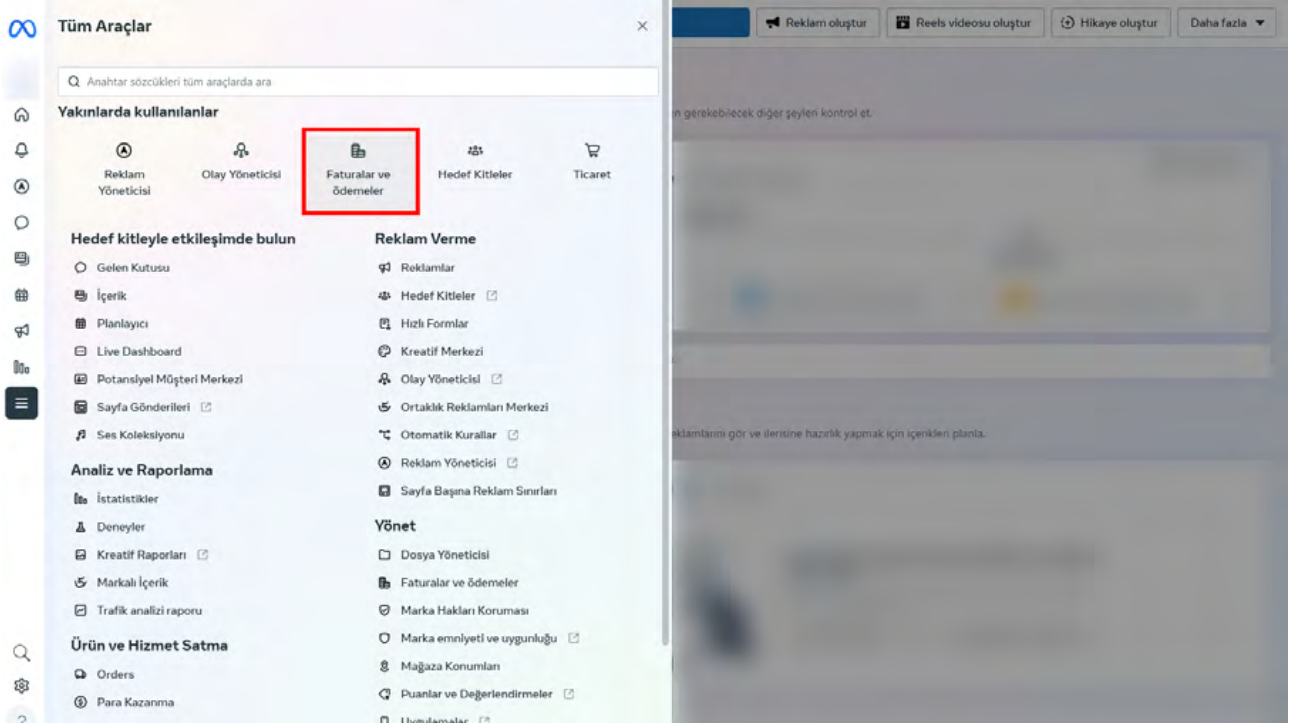


3. Firma Tüzel Kişilik Bilgileri ve Ödeme Bilgilerinin Kontrolü

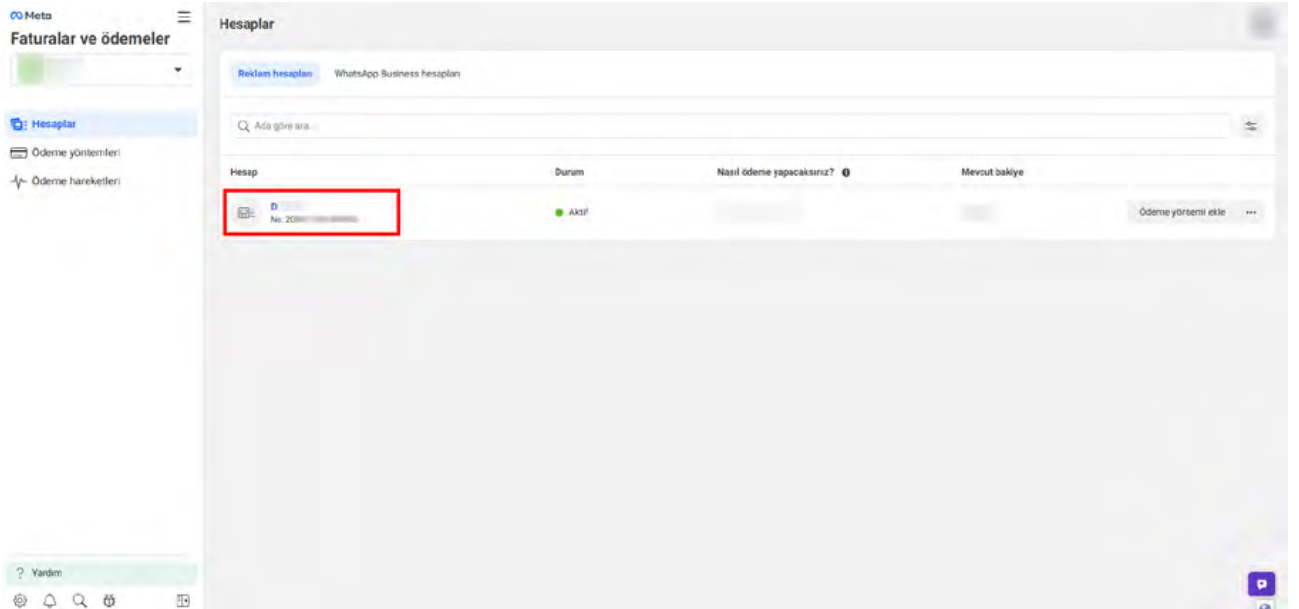
Ekran 10: “Meta Business Suite” üzerinden sol menüde yer alan **“Tüm Araçlar”** seçeneğine tıklanır.



Ekran 11: Açılan menüde **“Faturalar ve Ödemeler”** seçeneğine tıklanır.



Ekran 12: Açılan sayfada listelenen reklam hesapları arasından incelemeye konu reklam hesabı seçilir.



Ekran 13: Açılan sayfada “**Ödeme Yöntemleri**” başlığında reklam hesabında aktif olarak kullanılan ödeme yöntemi bilgileri görüntülenir.

Meta

Faturalar ve ödemeler

Hesaplar

Ödeme yöntemleri

Ödeme hareketleri

Ödeme düzeyi ve Aylık fatura tarihi

Günlük harcama sınırı (Meta tarafından ayarlandı): 40,00 TL

Bugünkü tahmini harcamanız bu sınırın içinde

Daha fazla bilgi al

Ödeme yöntemleri

Ödeme yöntemi ekle

Visa - 6760 Varsayılan

Otomatik faturalandırma: Açık

Hesap harcama sınırı

Bir hesap harcama sınırı belirleyerek toplam reklam ücretlerinizi kontrol edin. Sınırsız ulaşırsanız reklamlar durdurulur ve sınırı değiştirene kadar tekrar yayınlanmaz. [Hesap harcama sınırları hakkında daha fazla bilgi alın](#)

Ödeme hareketleri

Tarih	Ödeme yöntemi	Tutar	Durum
	Visa - 6760		
	Visa - 6760		
	Visa - 6760		

Tüm hareketleri gör

İşletme bilgileri

Düzenle

Yardım

Ekran 14: Aynı sayfada yer alan “**İşletme Bilgileri**” kısmından işletme bilgileri görüntülenebilir.

Meta

Faturalar ve ödemeler

Hesaplar

Ödeme yöntemleri

Ödeme hareketleri

Ödeme düzeyi ve Aylık fatura tarihi

Günlük harcama sınırı (Meta tarafından ayarlandı): 40,00 TL

Bugünkü tahmini harcamanız bu sınırın içinde

Daha fazla bilgi al

Ödeme yöntemleri

Ödeme yöntemi ekle

Visa

Otomatik faturalandırma: Açık

Hesap harcama sınırı

Bir hesap harcama sınırı belirleyerek toplam reklam ücretlerinizi kontrol edin. Sınırsız ulaşırsanız reklamlar durdurulur ve sınırı değiştirene kadar tekrar yayınlanmaz. [Hesap harcama sınırları hakkında daha fazla bilgi alın](#)

Ödeme hareketleri

Tarih	Ödeme yöntemi	Tutar	Durum

Tüm hareketleri gör

İşletme bilgileri

Düzenle

İşletme adı Adres Para birimi Türk Lirası TRY

Vergi numarası

Yardım

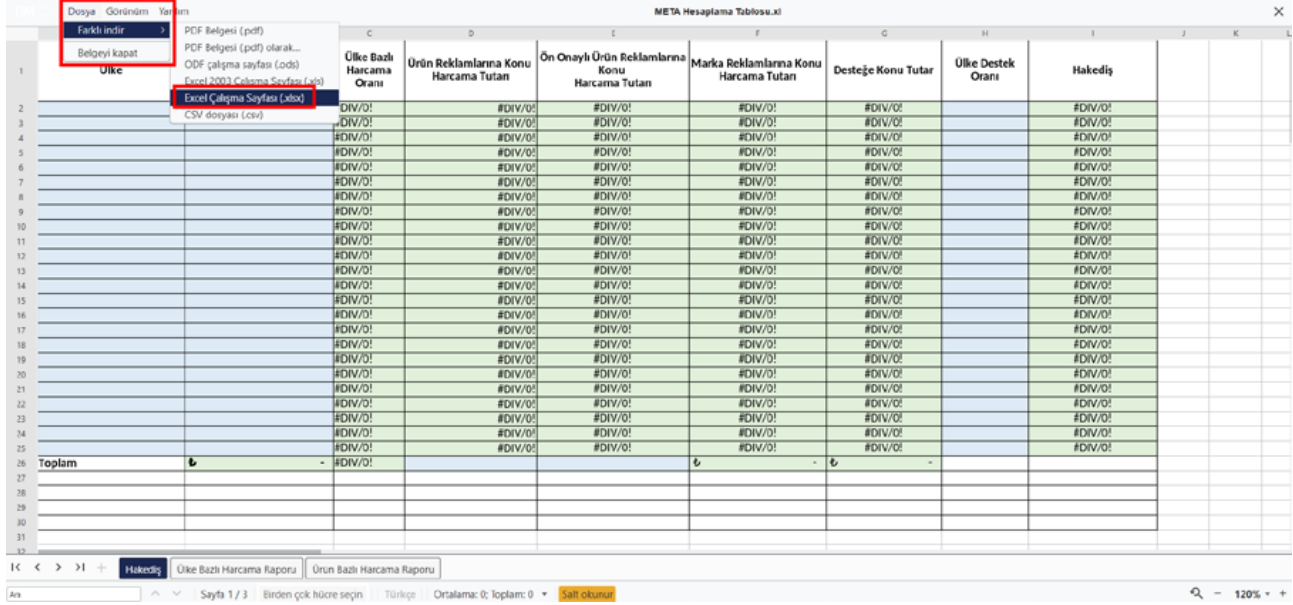
4. Reklam Giderlerinin Raporlandırılması

Meta platformunda gerçekleştirilen reklam faaliyetlerine ilişkin hedef ülke ve ürün kırılımı raporları eş zamanlı olarak alınamamaktadır. Ayrıca, büyük veri içeren raporlarda zaman zaman yaşanan teknik sorunlar nedeniyle harcama raporlarının indirilmesinde aksaklıklar meydana gelebilmektedir. Bu nedenle, 5986 sayılı E-İhracat Destekleri kapsamında söz konusu harcamaların değerlendirilmesi sürecinde, işlem adımları sırasıyla takip edilerek aşağıdaki işlemler gerçekleştirilebilir:

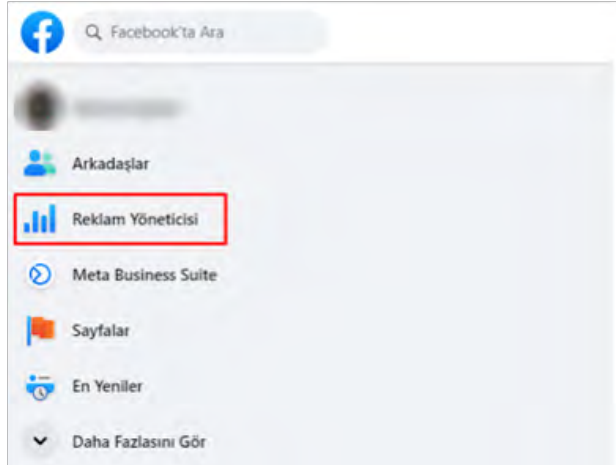
1. Reklam hesabına ilişkin ülke bazlı harcama raporu indirilir. Destek kapsamındaki ülkede gerçekleştirilen harcama, toplam harcamaya oranlanarak hesaplanır ve bu oran, toplam harcamaya bölünerek **destek kapsamındaki ülkede gerçekleştirilen harcama tutarı**, oranlama yöntemiyle belirlenir.
2. Reklam hesabına ilişkin ürün bazlı harcama raporu indirilir. Bu raporda ürünlere verilen reklamların toplam harcamaları belirlenir. Daha sonra bir önceki adımda belirlenen ülke harcama oranları kullanılarak, **destek kapsamındaki ülkelerde ürünlere verilen reklamların toplam harcama tutarı** belirlenir.
3. Daha sonra ülke bazlı harcama raporunda KTÜN eşleştirmesi ile ön onaylı ürünlere yönelik gerçekleştirilen harcama, ülke harcama oranları kullanılarak **destek kapsamındaki ülkelerde ön onaylı ürünlere yönelik gerçekleştirilen harcama tutarı**, oranlama yöntemiyle belirlenir.
4. Destek kapsamındaki ülkede gerçekleştirilen toplam harcamadan toplam ürün reklamı harcaması çıkarılarak, **destek kapsamındaki ülkelerde gerçekleştirilen marka reklamı harcama tutarı** belirlenir.
5. Destek kapsamındaki ülkelerde ön onaylı ürünlere yönelik gerçekleştirilen harcamalar ile marka reklamı kapsamında değerlendirilebilecek harcamalar toplanır ve ülke destek oranı uygulanarak hakediş hesaplaması yapılır.

Bahsedilen hesaplamaların adım adım gerçekleştirilmesi için bağlantıda yer alan **“Meta Hesaplama Tablosu”** kullanılabilir: <https://dosya.tim.org.tr/index.php/s/QR8zzi6XMQBb9DF>

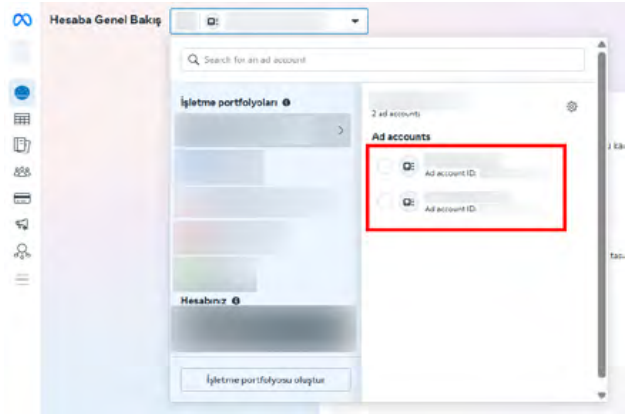
Ekran 15: Bağlantıya tıklandığında açılan sayfada sol üstte yer alan menüde **“Dosya > Farklı İndir”** seçeneğine tıklanır. Açılan dosya seçenekleri arasından **“Excel Çalışma Sayfası (.xlsx)”** seçilerek dosya indirilir.



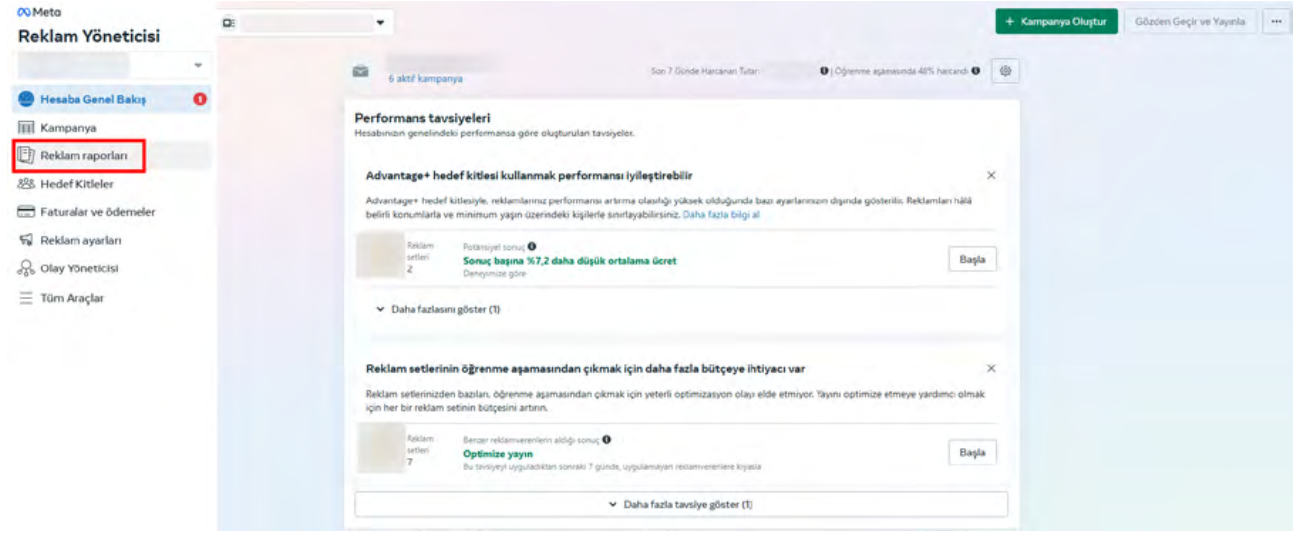
Ekran 16: Kişisel Facebook hesabına giriş yapılır ve ana sayfada sol menüde yer alan **“Reklam Yöneticisi”** seçeneği ile reklam hesabına erişilir.



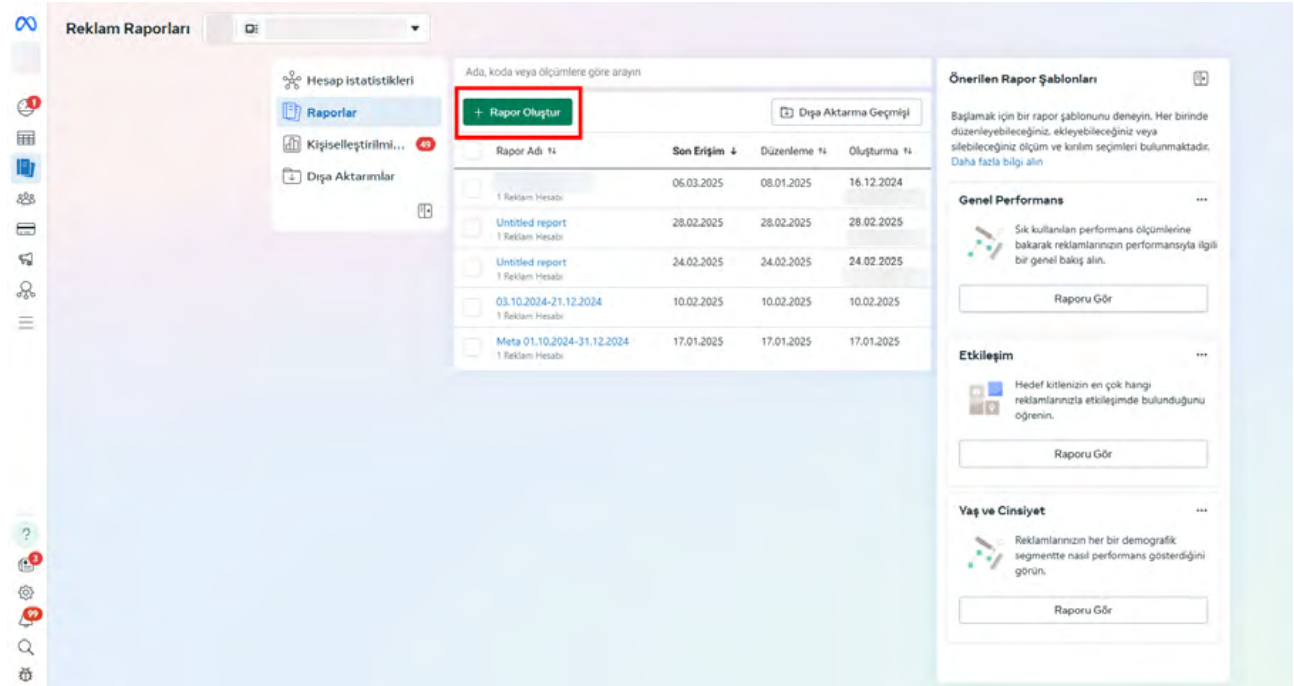
Ekran 17: Birden fazla reklam hesabı olması durumunda hesap numarası üzerinden ilgili reklam hesabı seçilir.



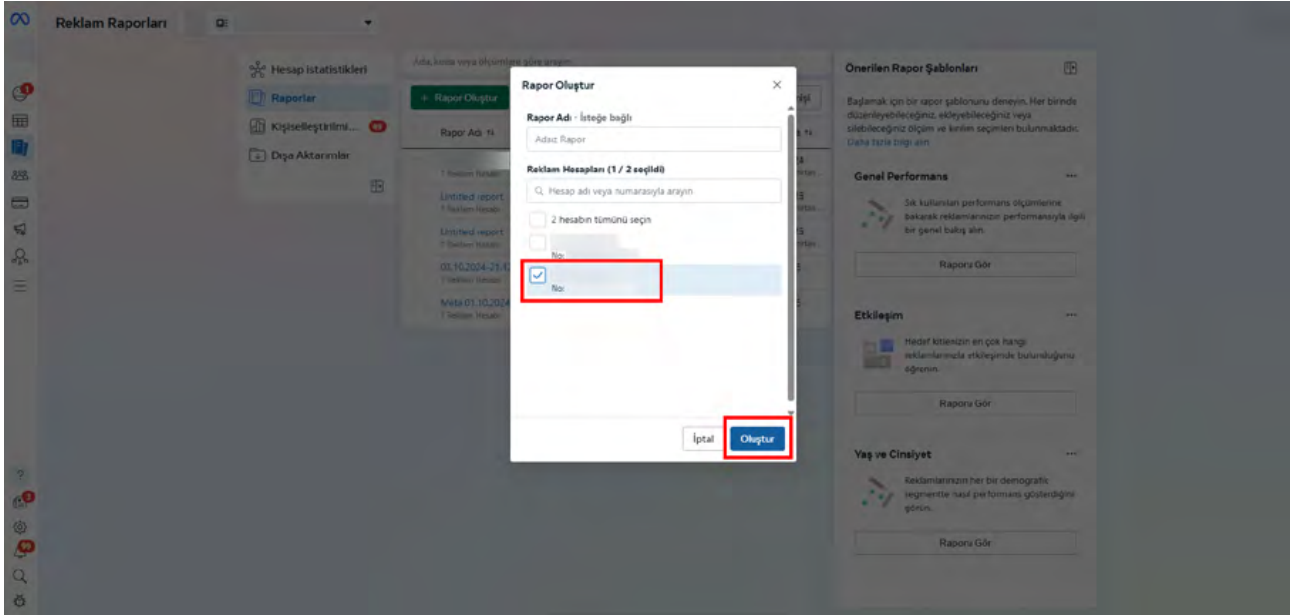
Ekran 18: Açılan ekranda sol menüde yer alan **“Reklam Raporları”** seçeneğine tıklanır.



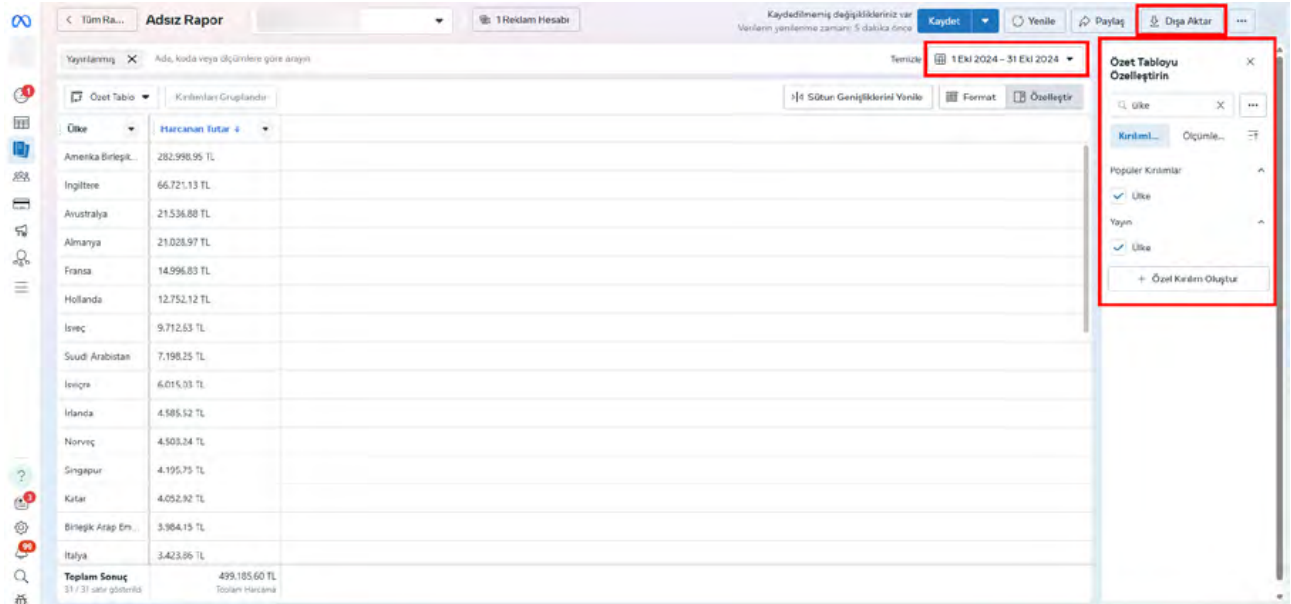
Ekran 19: Açılan sayfada **“Rapor Oluştur”** butonuna tıklanır.



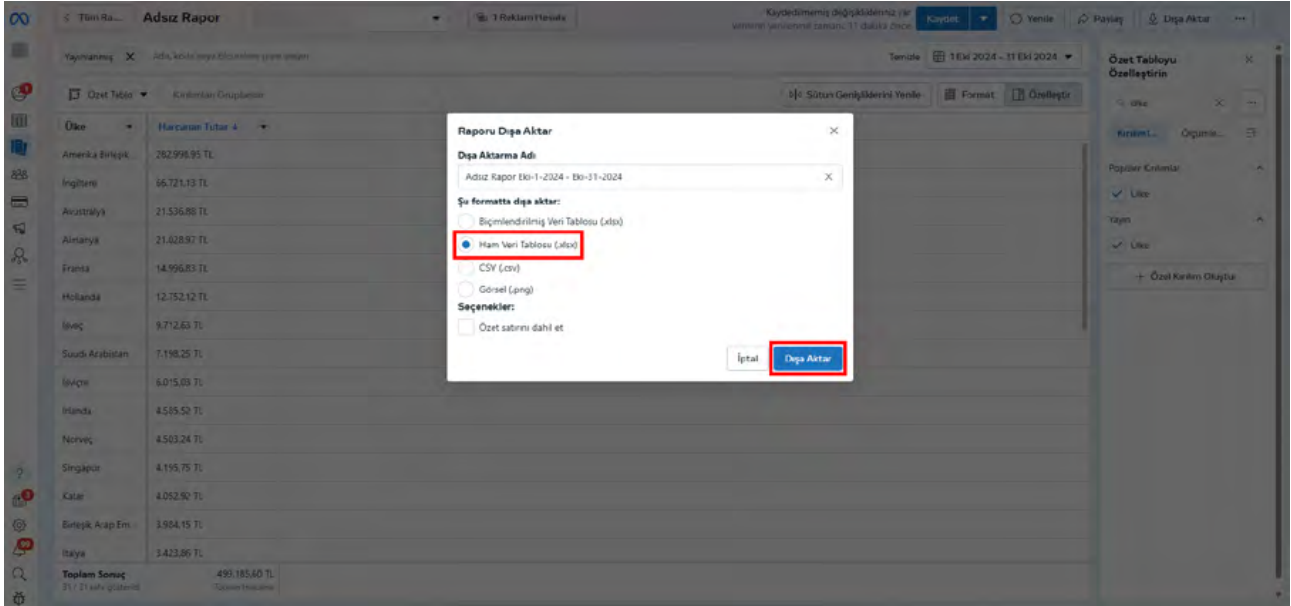
Ekran 20: Açılan pencerede incelemeye konu reklam hesabı seçilir ve **“Oluştur”** butonuna tıklanır.



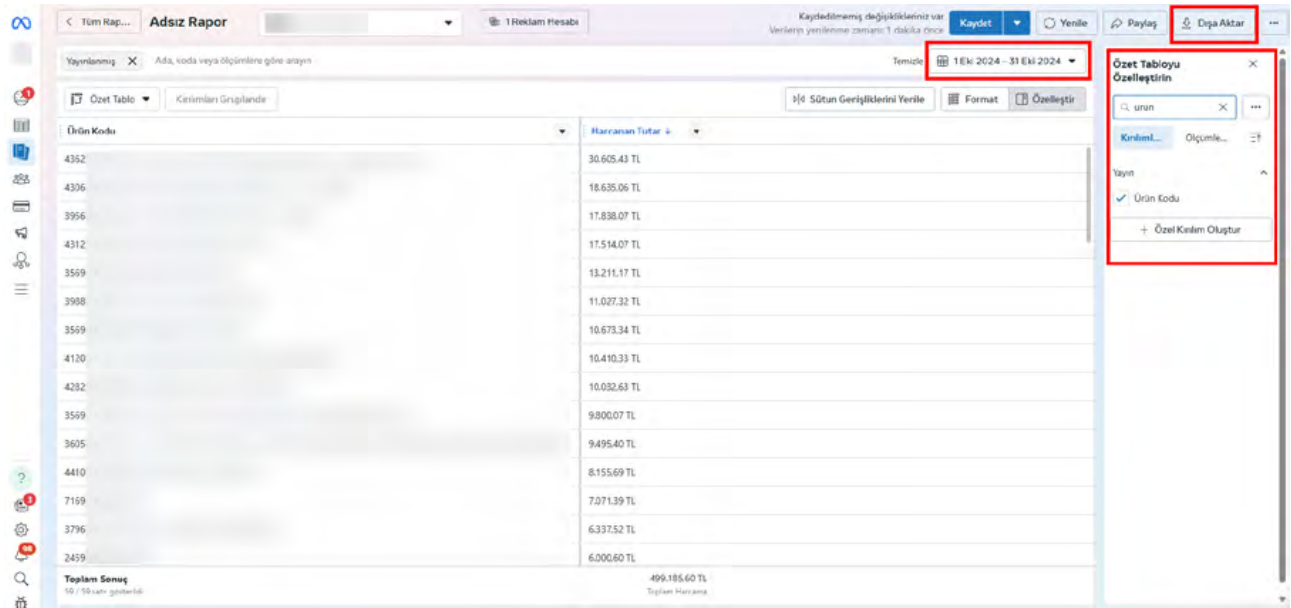
Ekran 21: Açılan sayfada **ülke bazlı harcama raporunu** indirmek için öncelikle sağ sütunda yer alan tüm kırılım ve metrikler temizlenir. Bu kısımda yalnızca **“Ülke”** ve **“Harcanan Tutar”** metrikleri seçilir. Daha sonra tarih alanında ilgili dönem seçilir ve **“Dışa Aktar”** butonuyla devam edilir.



Ekran 22: Açılan pencerede “Ham Veri Tablosu (.xlsx)” seçeneği seçilir ve “Dışa Aktar” butonuna tıklanarak ilgili rapor dosyası olarak indirilir.



Ekran 23: Aynı sayfada yalnızca “Ürün Kodu” ve “Harcama Tutarı” metrikleri seçilerek **ürün bazlı harcama raporu** indirilir.



Ekran 24: Daha önce indirilen **Meta hesaplama tablosunda** öncelikle reklam yöneticisi üzerinden indirilen ülke bazlı harcama raporunda yer alan veriler **“Ülke Bazlı Harcama Raporu”** sayfasına, ürün bazlı harcama raporunda yer alan veriler **“Ürün Bazlı Harcama Raporu”** sayfasına eklenir.

Ülke	Harcama Tutarı (TRY)	Rapor Başlangıcı	Rapor Sonu	Ürün Kodu	Harcama Tutarı (TRY)	Rapor Başlangıcı	Rapor Sonu
AE	63.984,15	2024-10-01	2024-10-31	26 445	62.466,03	2024-10-01	2024-10-31
AT	62.338,70	2024-10-01	2024-10-31	27 436	62.371,57	2024-10-01	2024-10-31
AU	621.536,88	2024-10-01	2024-10-31	28 196	62.089,91	2024-10-01	2024-10-31
BE	63.345,61	2024-10-01	2024-10-31	29 436	62.059,65	2024-10-01	2024-10-31
BH	6082,70	2024-10-01	2024-10-31	30 428	62.026,63	2024-10-01	2024-10-31
CA	63.143,54	2024-10-01	2024-10-31	31 444	61.930,88	2024-10-01	2024-10-31
CH	6.015,03	2024-10-01	2024-10-31	32 431	61.172,66	2024-10-01	2024-10-31
DE	621.028,97	2024-10-01	2024-10-31	33 441	61.141,16	2024-10-01	2024-10-31
DK	63.205,01	2024-10-01	2024-10-31	34 419	61.104,27	2024-10-01	2024-10-31
EG	63.233,22	2024-10-01	2024-10-31	35 456	61.027,94	2024-10-01	2024-10-31
ES	62.144,77	2024-10-01	2024-10-31	36 400	60.551,50	2024-10-01	2024-10-31
FR	614.996,83	2024-10-01	2024-10-31	37 437	60.765,95	2024-10-01	2024-10-31
GB	666.721,13	2024-10-01	2024-10-31	38 456	60.551,50	2024-10-01	2024-10-31
ID	63.214,40	2024-10-01	2024-10-31	39 356	60.594,73	2024-10-01	2024-10-31
IE	64.585,52	2024-10-01	2024-10-31	40 404	60.554,78	2024-10-01	2024-10-31
IT	63.423,86	2024-10-01	2024-10-31	41 354	60.541,56	2024-10-01	2024-10-31
KW	62.857,97	2024-10-01	2024-10-31	42 356	60.504,10	2024-10-01	2024-10-31
MY	62.663,11	2024-10-01	2024-10-31	43 456	60.414,90	2024-10-01	2024-10-31
NG	61.485,35	2024-10-01	2024-10-31	44 437	60.356,43	2024-10-01	2024-10-31
NL	612.752,12	2024-10-01	2024-10-31	45 424	60.336,43	2024-10-01	2024-10-31
NO	64.503,24	2024-10-01	2024-10-31	46 401	60.320,58	2024-10-01	2024-10-31
NZ	6352,07	2024-10-01	2024-10-31	47 359	60.324,93	2024-10-01	2024-10-31
OM	61.289,02	2024-10-01	2024-10-31	48 356	60.293,23	2024-10-01	2024-10-31
QA	64.052,92	2024-10-01	2024-10-31	49 396	60.269,40	2024-10-01	2024-10-31
SA	67.198,25	2024-10-01	2024-10-31	50 375	60.244,36	2024-10-01	2024-10-31
SE	69.712,63	2024-10-01	2024-10-31	51 427	60.208,53	2024-10-01	2024-10-31
SG	64.195,75	2024-10-01	2024-10-31	52 437	60.203,74	2024-10-01	2024-10-31
TW	66,27	2024-10-01	2024-10-31	53 364	60.139,22	2024-10-01	2024-10-31
US	6282.998,95	2024-10-01	2024-10-31	54 356	60.085,79	2024-10-01	2024-10-31
ZA	61.517,23	2024-10-01	2024-10-31	55 387	60,21	2024-10-01	2024-10-31
				56 387	60,20	2024-10-01	2024-10-31
				57 423	60,18	2024-10-01	2024-10-31
				58 387	60,18	2024-10-01	2024-10-31
				59 425	60,07	2024-10-01	2024-10-31
				60 387	60,02	2024-10-01	2024-10-31
				61			
				62			
				63			

Ekran 25: “Ülke Bazlı Harcama Raporu” sayfasındaki tüm veriler, desteğe konu ülke olma durumuna bakılmaksızın, **“Hakediş”** sayfasında yer alan **“Ülke”** ve **“Toplam Reklam Harcaması”** sütunlarına eklenir. Her bir ülke için, ilgili ülkede yapılan harcamaların toplam harcamaya oranı hesaplanarak ülke bazlı harcama oranı belirlenir.

Ülke	Toplam Reklam Harcaması	Ülke Bazlı Harcama Oranı
AE	3.984,15	0,80%
AT	2.338,70	0,47%
AU	21.536,88	4,31%
BE	3.345,61	0,67%
BH	682,70	0,14%
CA	3.143,54	0,63%
CH	6.015,03	1,20%
DE	21.028,97	4,21%
DK	3.205,01	0,64%
EG	3.233,22	0,65%
ES	2.144,77	0,43%
FR	14.996,83	3,00%
GB	66.721,13	13,37%
ID	3.214,40	0,64%
IE	4.585,52	0,92%
IT	3.423,86	0,69%
KW	2.857,97	0,57%
MY	2.663,11	0,53%
NG	1.485,35	0,30%
NL	12.752,12	2,55%
NO	4.503,24	0,90%
NZ	352,07	0,07%
OM	1.289,02	0,26%
QA	4.052,92	0,81%
SA	7.198,25	1,44%
SE	9.712,63	1,95%
SG	4.195,75	0,84%
TW	6,27	0,00%
US	282.998,95	56,69%
ZA	1.517,23	0,30%
Toplam	499.185,59	100%

Ekran 26: Daha sonra “**Ürün Bazlı Reklam Harcaması**” sayfasında “**Harcanan Tutar**” sütununda yer alan tüm değerler “**Toplam**” satırında “**TOPLA**” formülü kullanılarak toplanır ve ürün reklamlarına konu harcama tutarı belirlenir.

B61

=TOPLA(B2:B60)

	A	B	C	D
1	Ürün Kodu	Harcanan Tutar (TRY)	Rapor Başlangıcı	Rapor Sonu
26 445		€2.466,03	2024-10-01	2024-10-31
27 436		€2.321,87	2024-10-01	2024-10-31
28 396		€2.089,91	2024-10-01	2024-10-31
29 436		€2.059,65	2024-10-01	2024-10-31
30 428		€2.026,63	2024-10-01	2024-10-31
31 444		€1.930,88	2024-10-01	2024-10-31
32 431		€1.172,66	2024-10-01	2024-10-31
33 441		€1.141,16	2024-10-01	2024-10-31
34 419		€1.104,27	2024-10-01	2024-10-31
35 456		€1.027,94	2024-10-01	2024-10-31
36 400		€855,50	2024-10-01	2024-10-31
37 437		€765,95	2024-10-01	2024-10-31
38 456		€655,68	2024-10-01	2024-10-31
39 356		€594,73	2024-10-01	2024-10-31
40 404		€554,78	2024-10-01	2024-10-31
41 356		€534,56	2024-10-01	2024-10-31
42 356		€504,10	2024-10-01	2024-10-31
43 456		€434,90	2024-10-01	2024-10-31
44 437		€356,43	2024-10-01	2024-10-31
45 424		€336,43	2024-10-01	2024-10-31
46 401		€326,58	2024-10-01	2024-10-31
47 359		€324,93	2024-10-01	2024-10-31
48 356		€293,23	2024-10-01	2024-10-31
49 396		€269,40	2024-10-01	2024-10-31
50 175		€244,38	2024-10-01	2024-10-31
51 427		€208,53	2024-10-01	2024-10-31
52 437		€203,74	2024-10-01	2024-10-31
53 364		€139,22	2024-10-01	2024-10-31
54 356		€85,79	2024-10-01	2024-10-31
55 387		€0,21	2024-10-01	2024-10-31
56 387		€0,20	2024-10-01	2024-10-31
57 423		€0,18	2024-10-01	2024-10-31
58 387		€0,10	2024-10-01	2024-10-31
59 425		€0,07	2024-10-01	2024-10-31
60 387		€0,03	2024-10-01	2024-10-31
61	TOPLAM	€247.184,47		

Hakediş

Ölke Bazlı Harcama Raporu

Ürün Bazlı Harcama Raporu

Ekran 27: Daha sonra ürün reklamlarına konu toplam harcama tutarı “**Hakediş**” sayfasında yer alan “**Ürün Reklamlarına Konu Harcama Tutarı**” sütununda bulunan “**Toplam**” satırına eklenir. Her bir ülke için, ürün reklamlarına konu toplam harcama tutarı, ülke bazlı harcama oranı ile çarpılarak ülke bazlı ürün reklamlarına konu harcama tutarı belirlenir.

Ülke	Toplam Reklam Harcaması	Ülke Bazlı Harcama Oranı	Ürün Reklamlarına Konu Harcama Tutarı
2 AE	€ 3.994,15	0,80%	€ 1.972,85
3 AT	€ 2.336,70	0,47%	€ 1.158,07
4 AU	€ 21.536,88	4,31%	€ 10.664,53
5 BE	€ 3.345,61	0,67%	€ 1.656,66
6 BH	€ 682,70	0,14%	€ 338,06
7 CA	€ 3.143,94	0,63%	€ 1.556,80
8 CH	€ 6.015,03	1,20%	€ 2.978,50
9 DE	€ 21.028,97	4,21%	€ 10.413,03
10 DK	€ 3.205,01	0,64%	€ 1.587,04
11 EG	€ 3.233,22	0,65%	€ 1.601,01
12 ES	€ 2.144,77	0,43%	€ 1.062,04
13 FR	€ 14.996,83	3,00%	€ 7.426,07
14 GB	€ 66.721,13	13,37%	€ 33.038,67
15 ID	€ 3.214,40	0,64%	€ 1.591,69
16 IE	€ 4.585,52	0,92%	€ 2.270,64
17 IT	€ 3.423,86	0,69%	€ 1.695,41
18 KW	€ 2.857,97	0,57%	€ 1.415,20
19 MY	€ 2.663,11	0,53%	€ 1.318,71
20 NG	€ 1.485,35	0,30%	€ 735,51
21 NL	€ 12.752,12	2,55%	€ 6.314,54
22 NO	€ 4.503,24	0,90%	€ 2.229,89
23 NZ	€ 352,07	0,07%	€ 174,34
24 OM	€ 1.289,02	0,26%	€ 638,29
25 QA	€ 4.052,92	0,81%	€ 2.006,90
26 SA	€ 7.198,25	1,44%	€ 3.564,40
27 SE	€ 9.712,63	1,95%	€ 4.809,46
28 SG	€ 4.195,75	0,84%	€ 2.077,63
29 TW	€ 6,27	0,00%	€ 3,10
30 US	€ 282.998,95	56,69%	€ 140.134,14
31 ZA	€ 1.517,23	0,30%	€ 758,78
Toplam	€ 499.185,59	100%	€ 247.184,47

Ekran 28: Daha sonra **"5. RAPORLARDA KTÜN EŞLEŞTİRMESİNİN YAPILMASI"** başlığı altında bulunan **"DÜŞEYARA"** formülünün kullanımına ilişkin yönlendirmeler takip edilerek ön onaylı ürünler için gerçekleştirilen harcamalar filtrelenir. Bu filtreleme sonrası **"Harcanan Tutar"** sütununda **"ALTOPLAM"** formülüyle ön onaylı ürünler için yapılan toplam harcama tutarı tespit edilir.

CR2 * **=ALTOPLAM(9:C2:C60)**

Ürün Kodu	KTÜN	Harcanan Tutar (TRY)	Rapor Başlangıcı	Rapor Sonu
27 436	868	62.323,87	2024-10-01	2024-10-31
29 436	868	62.059,65	2024-10-01	2024-10-31
30 428	868	62.026,63	2024-10-01	2024-10-31
31 444	868	61.930,88	2024-10-01	2024-10-31
32 431	868	61.172,66	2024-10-01	2024-10-31
33 441	868	61.141,16	2024-10-01	2024-10-31
34 419	868	61.104,27	2024-10-01	2024-10-31
35 456	868	61.027,94	2024-10-01	2024-10-31
36 400	868	60.553,30	2024-10-01	2024-10-31
37 437	868	60.765,95	2024-10-01	2024-10-31
38 456	868	60.555,68	2024-10-01	2024-10-31
39 356	868	60.594,73	2024-10-01	2024-10-31
40 404	868	60.554,78	2024-10-01	2024-10-31
41 356	868	60.534,56	2024-10-01	2024-10-31
42 356	868	60.504,10	2024-10-01	2024-10-31
43 356	868	60.414,90	2024-10-01	2024-10-31
44 437	868	60.356,43	2024-10-01	2024-10-31
45 424	868	60.336,43	2024-10-01	2024-10-31
46 401	868	60.326,58	2024-10-01	2024-10-31
47 359	868	60.324,93	2024-10-01	2024-10-31
48 356	868	60.293,23	2024-10-01	2024-10-31
49 396	868	60.269,40	2024-10-01	2024-10-31
50 373	868	60.244,38	2024-10-01	2024-10-31
51 427	868	60.208,53	2024-10-01	2024-10-31
52 437	868	60.203,74	2024-10-01	2024-10-31
53 364	868	60.139,22	2024-10-01	2024-10-31
54 356	868	60.085,79	2024-10-01	2024-10-31
55 387	868	60.021	2024-10-01	2024-10-31
56 387	868	60.020	2024-10-01	2024-10-31
57 423	868	60.016	2024-10-01	2024-10-31
58 387	868	60.010	2024-10-01	2024-10-31
59 425	868	60.007	2024-10-01	2024-10-31
60 387	868	60.006	2024-10-01	2024-10-31
62		6.232.022,57		

Hakediş Ülk. Bazlı Harcama Raporu Ürün Bazlı Harcama Raporu KTÜN

Ekran 29: Tespit edilen bu tutar **"Hakediş"** sayfasında **"Ön Onaylı Ürün Reklamlarına Konu Harcama Tutarı"** sütununda yer alan mavi renkle vurgulanmış toplam satırına değer olarak eklenir. Her bir ülke için, ön onaylı ürün reklamlarına konu toplam harcama tutarı, ülke bazlı harcama oranı ile çarpılarak ülke bazlı ön onaylı ürün reklamlarına konu harcama tutarı belirlenir.

Ülke	Toplam Reklam Harcaması	Ülke Bazlı Harcama Oranı	Ürün Reklamlarına Konu Harcama Tutarı	Ön Onaylı Ürün Reklamlarına Konu Harcama Tutarı
AE	3.984,15	0,80%	1.972,83	1.831,64
AT	2.338,70	0,47%	1.158,07	1.087,03
AU	21.536,88	4,31%	10.664,53	10.010,39
BE	3.343,61	0,67%	1.656,66	1.555,05
BH	682,70	0,14%	338,06	317,32
CA	3.143,94	0,63%	1.556,80	1.461,11
CH	6.015,03	1,20%	2.978,50	2.795,80
DE	21.028,97	4,21%	10.413,03	9.774,31
DK	3.205,01	0,64%	1.587,04	1.489,69
EG	3.233,22	0,65%	1.601,01	1.502,81
ES	2.144,77	0,43%	1.062,04	996,89
FR	14.996,83	3,00%	7.426,07	6.970,56
GB	66.721,13	13,37%	33.038,67	31.012,13
ID	3.214,40	0,64%	1.591,69	1.494,06
IE	4.585,52	0,92%	2.270,64	2.131,36
IT	3.423,86	0,69%	1.695,41	1.591,42
KW	2.857,97	0,57%	1.415,20	1.328,39
MY	2.663,11	0,53%	1.318,71	1.237,82
NG	1.485,35	0,30%	735,51	690,39
NL	12.752,12	2,55%	6.314,54	5.927,21
NO	4.503,24	0,90%	2.229,89	2.093,11
NZ	352,07	0,07%	174,34	163,64
OM	1.289,02	0,26%	638,29	599,14
QA	4.052,92	0,81%	2.006,90	1.883,80
SA	7.198,25	1,44%	3.564,40	3.345,76
SE	9.712,63	1,95%	4.809,46	4.514,45
SG	4.195,75	0,84%	2.077,63	1.950,19
TW	6,27	0,00%	3,10	2,91
US	282.998,95	56,69%	140.134,14	131.538,54
ZA	1.517,23	0,30%	751,29	705,21
Toplam	499.185,59	100%	247.184,47	232.022,57

Hakediş Ülk. Bazlı Harcama Raporu Ürün Bazlı Harcama Raporu KTÜN

Ekran 30: Ardından her bir ülke için; toplam reklam harcamasından, ön onaylı ürün reklamlarına konu harcama tutarı çıkarılarak ülke bazlı **“Marka Reklamlarına Konu Harcama Tutarı”** hesaplanır.

Ülke	Toplam Reklam Harcaması	Ülke Bazlı Harcama Oranı	Ürün Reklamlarına Konu Harcama Tutarı	Ön Onaylı Ürün Reklamlarına Konu Harcama Tutarı	Marka Reklamlarına Konu Harcama Tutarı
AE	3.984,15	0,80%	1.972,85	1.851,84	2.011,30
AT	2.338,70	0,47%	1.158,07	1.087,03	1.180,04
AU	21.536,88	4,31%	10.664,53	10.010,39	10.872,34
BE	3.345,61	0,67%	1.656,66	1.555,05	1.688,95
BH	682,70	0,14%	338,06	317,32	344,65
CA	3.143,94	0,63%	1.556,80	1.461,31	1.587,14
CH	6.015,03	1,20%	2.978,50	2.795,80	3.036,54
DE	21.028,97	4,21%	10.413,03	9.774,31	10.615,94
DK	3.205,01	0,64%	1.587,04	1.489,69	1.617,97
EG	3.233,22	0,65%	1.601,01	1.502,81	1.632,21
ES	2.144,77	0,43%	1.062,04	996,89	1.082,73
FR	14.996,83	3,00%	7.426,07	6.970,56	7.570,77
GB	66.721,13	13,37%	33.038,67	31.012,13	33.682,46
ID	3.214,40	0,64%	1.591,69	1.494,06	1.622,71
IE	4.585,52	0,92%	2.270,64	2.131,36	2.314,88
IT	3.423,86	0,69%	1.695,41	1.591,42	1.728,45
KW	2.857,97	0,57%	1.415,20	1.328,39	1.442,77
MY	2.663,11	0,53%	1.318,71	1.237,82	1.344,40
NG	1.485,35	0,30%	735,51	690,39	749,84
NL	12.752,12	2,55%	6.314,54	5.927,21	6.437,58
NO	4.503,24	0,90%	2.229,89	2.093,11	2.273,34
NZ	352,07	0,07%	174,34	163,64	177,74
OM	1.289,02	0,26%	638,29	599,14	650,73
QA	4.052,92	0,81%	2.006,90	1.883,80	2.046,01
SA	7.198,25	1,44%	3.564,40	3.345,76	3.633,85
SE	9.712,63	1,95%	4.809,46	4.514,45	4.903,17
SG	4.195,75	0,84%	2.077,63	1.950,19	2.118,12
TW	6,27	0,00%	3,10	2,91	3,16
US	282.998,95	56,69%	140.134,14	131.538,54	142.864,81
ZA	1.517,23	0,30%	751,29	705,21	765,93
Toplam	499.185,59	100%	247.184,47	232.022,57	252.001,12

Ekran 31: Eğer yararlanıcının reklam verdiği ülkelerin tamamı desteğe konu edilmiyorsa **“Ülke”** sütununda desteğe konu olan ülkeler filtrelendir.

Ülke	Toplam Reklam Harcaması	Ülke Bazlı Harcama Oranı	Ürün Reklamlarına Konu Harcama Tutarı	Ön Onaylı Ürün Reklamlarına Konu Harcama Tutarı	Marka Reklamlarına Konu Harcama Tutarı
AE	3.984,15	0,80%	1.972,85	1.851,84	2.011,30
AT	2.338,70	0,47%	1.158,07	1.087,03	1.180,04
AU	21.536,88	4,31%	10.664,53	10.010,39	10.872,34
BE	3.345,61	0,67%	1.656,66	1.555,05	1.688,95
BH	682,70	0,14%	338,06	317,32	344,65
CA	3.143,94	0,63%	1.556,80	1.461,31	1.587,14
CH	6.015,03	1,20%	2.978,50	2.795,80	3.036,54
DE	21.028,97	4,21%	10.413,03	9.774,31	10.615,94
DK	3.205,01	0,64%	1.587,04	1.489,69	1.617,97
EG	3.233,22	0,65%	1.601,01	1.502,81	1.632,21
ES	2.144,77	0,43%	1.062,04	996,89	1.082,73
FR	14.996,83	3,00%	7.426,07	6.970,56	7.570,77
GB	66.721,13	13,37%	33.038,67	31.012,13	33.682,46
ID	3.214,40	0,64%	1.591,69	1.494,06	1.622,71
IE	4.585,52	0,92%	2.270,64	2.131,36	2.314,88
IT	3.423,86	0,69%	1.695,41	1.591,42	1.728,45
KW	2.857,97	0,57%	1.415,20	1.328,39	1.442,77
MY	2.663,11	0,53%	1.318,71	1.237,82	1.344,40
NG	1.485,35	0,30%	735,51	690,39	749,84
NL	12.752,12	2,55%	6.314,54	5.927,21	6.437,58
NO	4.503,24	0,90%	2.229,89	2.093,11	2.273,34
NZ	352,07	0,07%	174,34	163,64	177,74
OM	1.289,02	0,26%	638,29	599,14	650,73
QA	4.052,92	0,81%	2.006,90	1.883,80	2.046,01
SA	7.198,25	1,44%	3.564,40	3.345,76	3.633,85
SE	9.712,63	1,95%	4.809,46	4.514,45	4.903,17
SG	4.195,75	0,84%	2.077,63	1.950,19	2.118,12
TW	6,27	0,00%	3,10	2,91	3,16
US	282.998,95	56,69%	140.134,14	131.538,54	142.864,81
ZA	1.517,23	0,30%	751,29	705,21	765,93
Toplam	499.185,59	100%	247.184,47	232.022,57	252.001,12

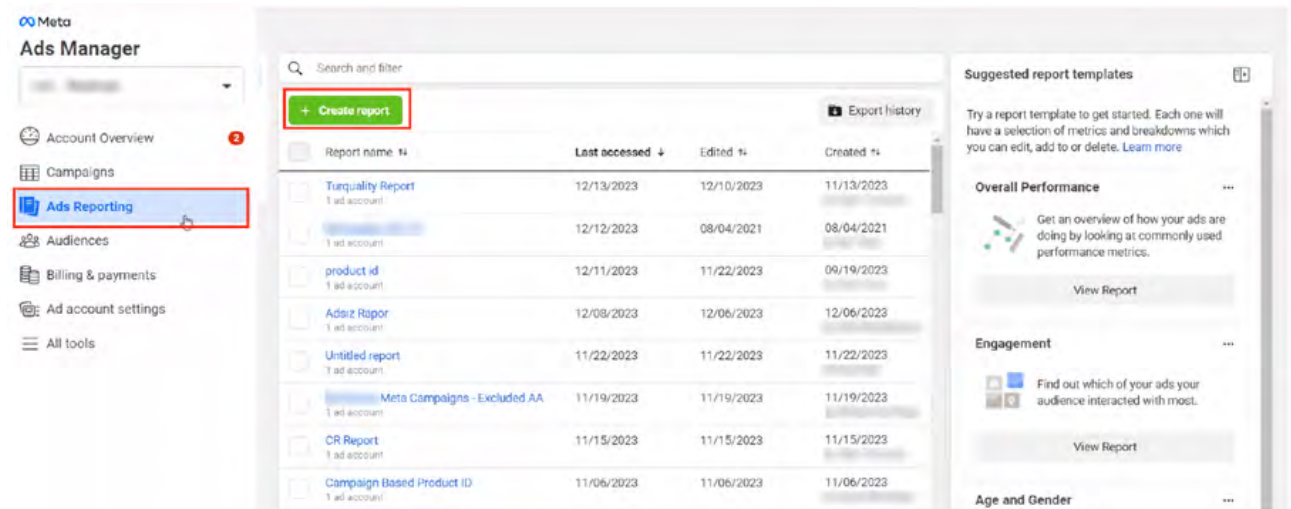
Ekran 32: Daha sonra “ön onaylı ürün reklamlarına konu harcama tutarı” ve “marka reklamlarına konu harcama tutarları” toplanarak “Desteğe Konu Tutar” belirlenir. Desteğe konu tutara ülke destek oranı uygulanarak “Hakediş” hesaplanır ve meri mevzuat hükümlerince dosya sonuçlandırılır.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
	Ülke	Toplam Reklam Harcaması	Ülke Bazı Harcama Oranı	Ön Reklamlarına Konu Harcama Tutarı	Ön Onaylı Ürün Reklamlarına Konu Harcama Tutarı	Marka Reklamlarına Konu Harcama Tutarı	Desteğe Konu Tutar	Ülke Desteği Oranı	Hakediş
1	AT	2.338,70	0,47%	1.158,07	1.087,03	1.180,64	2.267,67	50%	1.133,84
2	AU	21.536,88	4,31%	10.664,53	10.010,39	10.872,34	20.882,73	70%	14.617,91
3	BE	3.345,61	0,67%	1.656,66	1.355,05	1.688,95	3.243,99	50%	1.622,00
4	CA	3.143,94	0,63%	1.556,80	1.461,31	1.587,14	3.048,45	70%	2.133,91
5	CH	6.015,03	1,20%	2.978,50	2.795,80	3.026,54	5.822,34	50%	2.916,17
6	DE	21.028,97	4,21%	10.413,03	9.774,31	10.615,94	20.390,26	50%	10.195,13
7	DK	3.205,01	0,64%	1.587,04	1.489,69	1.617,97	3.107,66	50%	1.553,83
8	EG	3.233,22	0,65%	1.601,01	1.502,81	1.632,21	3.135,01	70%	2.194,51
9	ES	2.144,77	0,43%	1.062,04	996,89	1.082,73	2.079,62	50%	1.039,81
10	FR	14.996,83	3,00%	7.426,07	6.970,36	7.570,77	14.541,13	50%	7.270,67
11	GB	66.721,13	13,37%	33.038,67	31.012,13	33.682,46	64.694,59	50%	32.347,29
12	ID	3.214,40	0,64%	1.591,69	1.494,06	1.622,71	3.116,77	70%	2.181,74
13	IE	4.585,52	0,92%	2.270,64	2.131,36	2.314,88	4.446,24	50%	2.223,12
14	IT	3.423,86	0,69%	1.695,41	1.591,42	1.728,45	3.319,87	50%	1.659,94
15	KW	2.857,97	0,57%	1.415,20	1.328,39	1.442,77	2.771,17	70%	1.939,82
16	MY	2.663,11	0,53%	1.318,71	1.237,82	1.344,40	2.582,22	70%	1.807,55
17	NG	1.483,39	0,30%	735,51	690,39	749,84	1.440,23	70%	1.008,16
18	NL	12.752,12	2,55%	6.314,54	5.927,21	6.437,58	12.364,80	50%	6.182,40
19	NO	4.503,24	0,90%	2.229,89	2.093,11	2.273,34	4.366,46	50%	2.183,23
20	NZ	352,07	0,07%	174,34	163,64	177,74	341,38	50%	170,69
21	OM	1.289,02	0,26%	638,29	599,14	650,73	1.249,87	50%	624,94
22	QA	4.052,92	0,81%	2.006,90	1.883,80	2.046,01	3.929,83	70%	2.750,87
23	SA	7.198,25	1,44%	3.564,40	3.345,76	3.633,85	6.979,62	50%	3.489,73
24	SE	9.712,63	1,95%	4.809,46	4.514,45	4.903,17	9.417,62	50%	4.708,81
25	SG	4.195,75	0,84%	2.077,63	1.950,19	2.118,12	4.068,31	50%	2.034,15
26	TW	6,27	0,00%	3,10	2,91	3,16	6,08	50%	3,04
27	US	282.988,95	56,69%	140.134,14	131.538,54	142.864,81	274.403,34	70%	192.082,34
28	ZA	1.517,23	0,30%	751,29	705,21	765,93	1.471,14	70%	1.029,80
29	Toplam	499.185,59	100%	247.184,47	232.022,57	252.001,12	484.023,69		

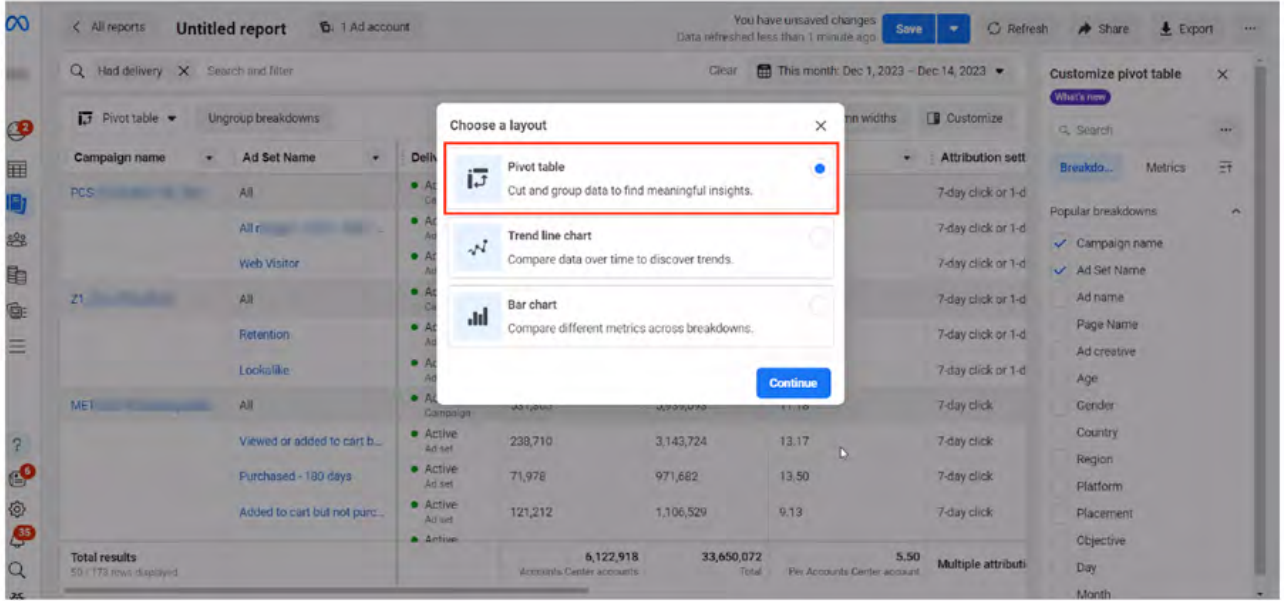
4.1 Meta’da Kullanılacak İstisnai Yöntem

Meta’da yararlanıcıların reklam hesapları incelenirken data büyüklüğü sebebiyle indirilemeyen raporlar için aşağıdaki yöntem takip edilebilir.

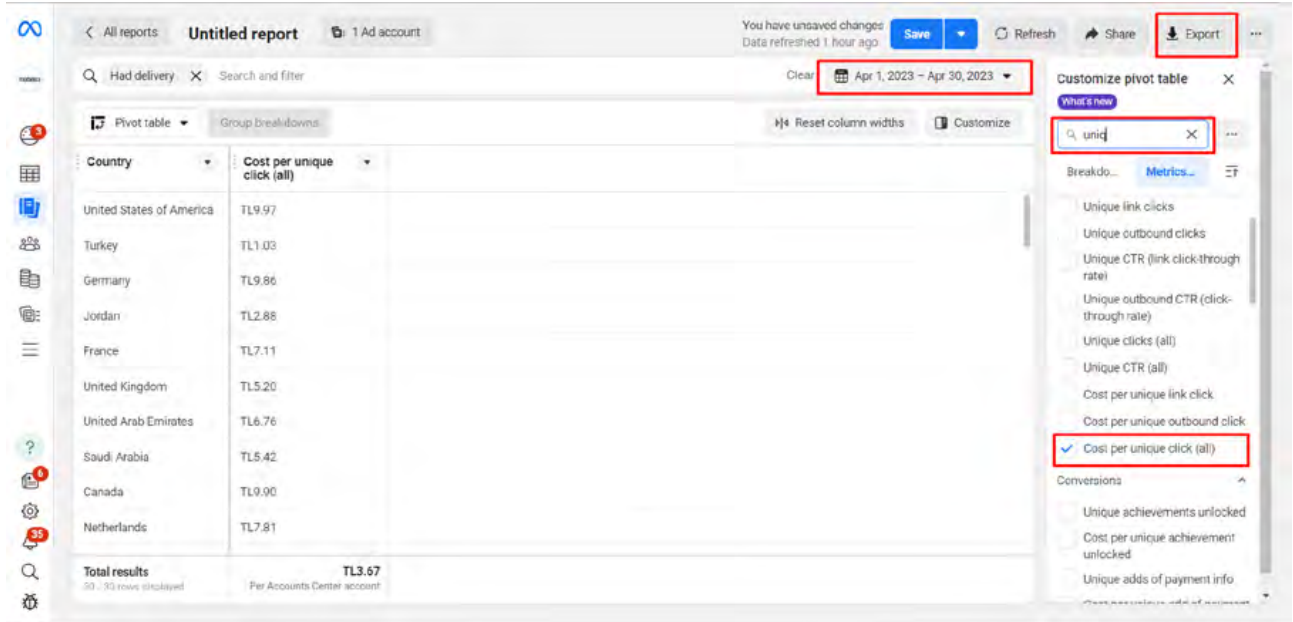
Ekran 33: Meta Ads Manager’a giriş yapılır ve “Ads reporting” başlığı seçilir. “Create report” butonuna tıklanır ve yeni rapor oluşturulur.



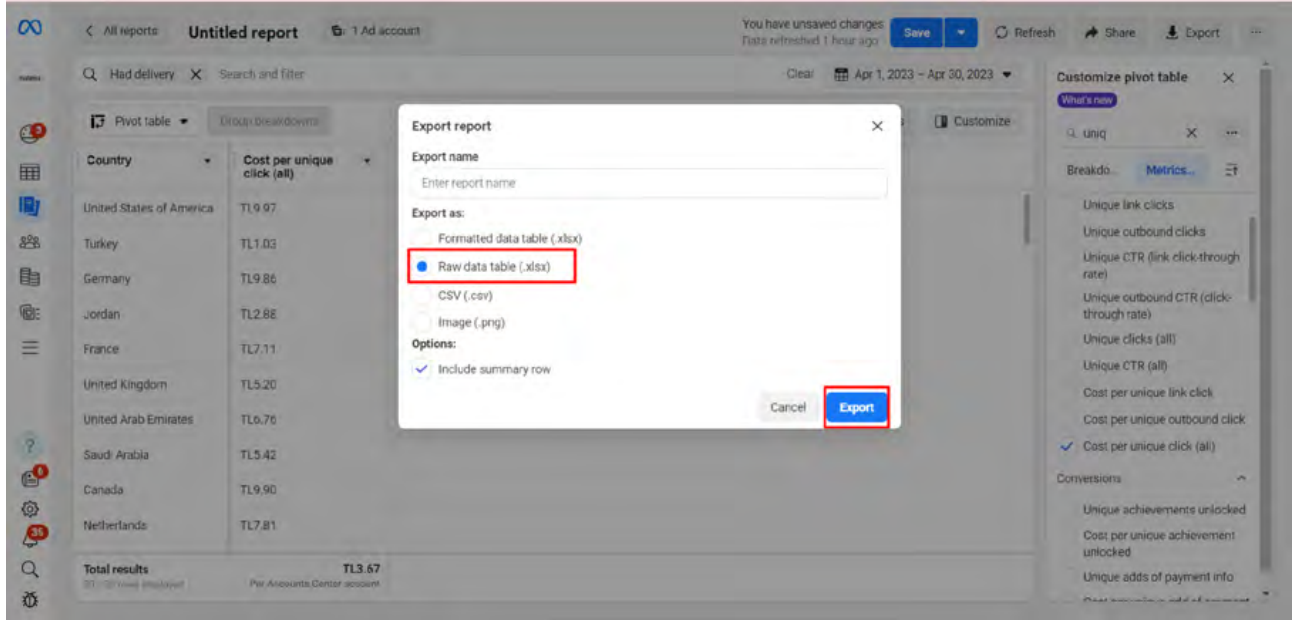
Ekran 34: Açılan ekranda “Pivot table” seçilir ve “Continue” ile devam edilir.



Ekran 35: Açılan sayfada sağ sütunda yer alan tüm kırılım ve metrikler temizlenir. “Country, Unique link clicks ve cost per unique link click (all)” metrikleri seçilir. İlgili tarih aralığı seçimi yapıldıktan sonra “Export” butonu ile devam edilir.



Ekran 36: Açılan ekranda “Raw data table (.xlsx)” seçeneği ile dosya indirilir.



Ekran 37: İndirilen rapor görüntüsü aşağıdaki gibidir. “+” butonu ile yeni bir sayfa açılır.

	A	B	C	D	E	F	G	H
1	Country	Cost per unique click (all)	Reporting starts	Reporting ends				
2		3,66699985	2023-04-01	2023-04-30				
3	LB	1,65219566	2023-04-01	2023-04-30				
4	CA	9,89990453	2023-04-01	2023-04-30				
5	TR	1,03205544	2023-04-01	2023-04-30				
6	AU	13,10315524	2023-04-01	2023-04-30				
7	SA	5,41682177	2023-04-01	2023-04-30				
8	FR	7,10936326	2023-04-01	2023-04-30				
9	GB	5,20106749	2023-04-01	2023-04-30				
10	AE	6,75825657	2023-04-01	2023-04-30				
11	KW	8,32866827	2023-04-01	2023-04-30				
12	QA	7,71661425	2023-04-01	2023-04-30				
13	BH	7,70939369	2023-04-01	2023-04-30				
14	OM	3,98775471	2023-04-01	2023-04-30				
15	US	9,9723698	2023-04-01	2023-04-30				
16	DE	9,85859364	2023-04-01	2023-04-30				
17	IL	6,20639464	2023-04-01	2023-04-30				
18	CR		2023-04-01	2023-04-30				
19	AR		2023-04-01	2023-04-30				
20	AT	7,22776026	2023-04-01	2023-04-30				
21	DK	11,92744786	2023-04-01	2023-04-30				
22	NO	32,24406658	2023-04-01	2023-04-30				
23	SE	10,27831836	2023-04-01	2023-04-30				
24	NL	7,80952452	2023-04-01	2023-04-30				
25	CH	7,88118524	2023-04-01	2023-04-30				
26	IT	3,99814391	2023-04-01	2023-04-30				
27	BE	6,32842581	2023-04-01	2023-04-30				
28	PL	1,76874773	2023-04-01	2023-04-30				
29	FI	9,73434235	2023-04-01	2023-04-30				

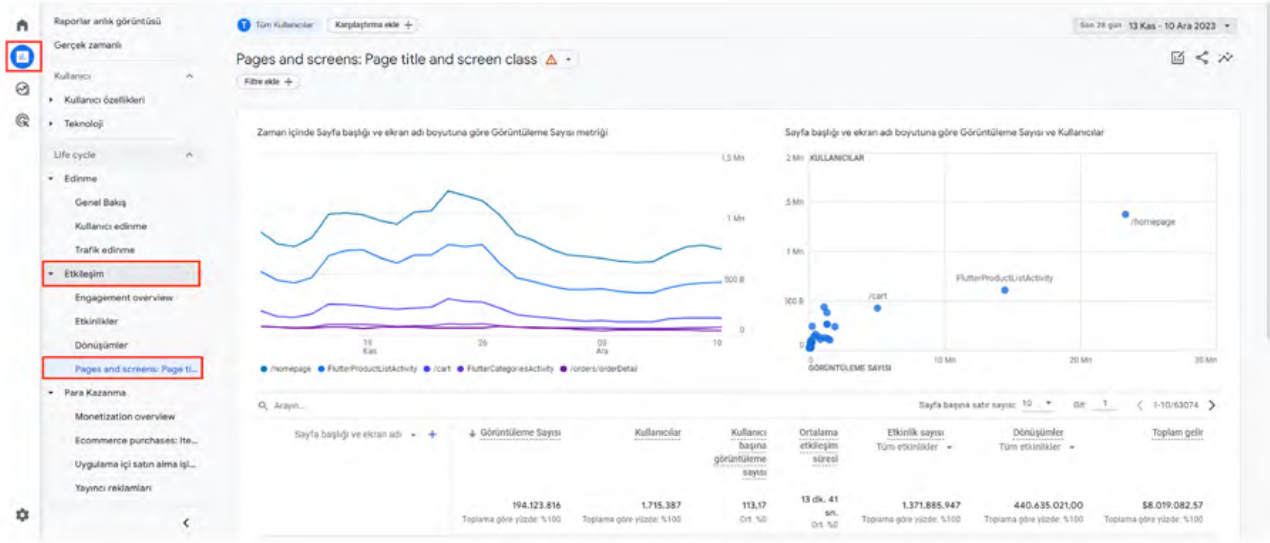
Ekran 38: Yeni açılan sayfaya yararlanıcının ön onay başvurusunda iletmış olduğu ülke listesi kopyalanır ve sayfa adı “**Ülkeler**” olarak değiştirilir.

KOD 2 HARF	DESTEK ORANI	ÜLKE İSMİ
US	0,7	Amerika Birleşik Devletleri
AU	0,7	Avustralya
BR	0,7	Brezilya
CN	0,7	Çin
ID	0,7	Endonezya
IN	0,7	Hindistan
CA	0,7	Kanada
MY	0,7	Malezya
EG	0,7	Mısır
DE	0,5	Almanya
AT	0,5	Avusturya
BE	0,5	Belçika
AE	0,5	Birleşik Arap Emirlikleri
GB	0,5	Birleşik Krallık
BG	0,5	Bulgaristan
DZ	0,5	Cezayir
CZ	0,5	Çek Cumhuriyeti
DK	0,5	Danimarka
EE	0,5	Estonya
MA	0,5	Fas
FI	0,5	Finlandiya
FR	0,5	Fransa
HR	0,5	Hrvatistan
NL	0,5	Hollanda
IR	0,5	İran İslam Cumhuriyeti
IE	0,5	İrlanda
ES	0,5	İspanya
SE	0,5	İsveç

Ekran 39: Ön onayı alınan ülkeler ve destek oranları “**DÜŞEYARA**” formülü yardımı ile rapora taşınır ve ön onaylı ürünler filtrelenebilir. Filtreleme işleminden sonra tespit edilen ön onayı alan ülkelerin, Google Analytics raporları ile eşleştirmesi yapılabilmesi için Google Analytics platformuna geçiş yapılır.

Country	Destek Oranı	Ülke İsmi	Cost per unique click (all)	Reporting starts	Reporting ends
LB	0,50	Lübnan	1,65219566	2023-04-01	2023-04-30
CA	0,70	Kanada	9,89990453	2023-04-01	2023-04-30
AU	0,70	Avustralya	13,10315524	2023-04-01	2023-04-30
SA	0,50	Suudi Arabistan	5,41682177	2023-04-01	2023-04-30
FR	0,50	Fransa	7,10936326	2023-04-01	2023-04-30
GB	0,50	Birleşik Krallık	5,20106749	2023-04-01	2023-04-30
AE	0,50	Birleşik Arap Emirlikleri	6,75825657	2023-04-01	2023-04-30
QA	0,50	Katar	7,71661425	2023-04-01	2023-04-30
US	0,70	Amerika Birleşik Devletleri	9,9723698	2023-04-01	2023-04-30
DE	0,50	Almanya	9,85859364	2023-04-01	2023-04-30
AT	0,50	Avusturya	7,22776026	2023-04-01	2023-04-30
DK	0,50	Danimarka	11,92744786	2023-04-01	2023-04-30
SE	0,50	İsveç	10,27831836	2023-04-01	2023-04-30
NL	0,50	Hollanda	7,80952452	2023-04-01	2023-04-30
IT	0,50	İtalya	3,99814391	2023-04-01	2023-04-30
BE	0,50	Belçika	6,32842581	2023-04-01	2023-04-30
PL	0,50	Polonya	1,76874773	2023-04-01	2023-04-30
FI	0,50	Finlandiya	9,73434235	2023-04-01	2023-04-30
IE	0,50	İrlanda	3,83329602	2023-04-01	2023-04-30
ES	0,50	İspanya	3,89665746	2023-04-01	2023-04-30
JO	0,50	Ürdün	2,87922501	2023-04-01	2023-04-30

Ekran 40: Google Analytics platformuna giriş yapılır ve “Raporlar > Etkileşim > Pages and screens: Page title and screen class” sekmesine girilir.



Ekran 41: Açılan sayfada “+” sekmesine tıklanır.

Sayfa başlığı ve ekran adı	Görüntüleme Sayısı	Kullanıcılar	Kullanıcı başına görüntüleme sayısı	Ortalama etkileşim süresi	Etkinlik sayısı
	191.227.083	1.716.653	111,40	13 dk. 26 sn.	1.350.440.43
Toplama göre yüzde: %100	Toplama göre yüzde: %100	Toplama göre yüzde: %100	Ort. %0	Ort. %0	Toplama göre yüzde: %100
1 (not set)	83.511.910	1.694.090	49,30	2 dk. 44 sn.	367.186.93
2 /homepage	22.946.894	1.370.308	16,75	1 dk. 48 sn.	163.445.29
3 FlutterProductListActivity	14.241.022	604.146	23,57	10 dk. 01 sn.	450.314.26
4 /cart	4.993.668	423.638	11,79	2 dk. 00 sn.	25.720.69
5 FlutterCategoriesActivity	1.926.063	237.917	8,10	26 sn.	3.780.34
6 /orders/orderDetail	1.507.366	100.845	14,95	1 dk. 38 sn.	2.361.26
7 /menu/subcategory	1.348.115	382.833	3,52	1 dk. 20 sn.	33.791.63
8 /account	1.347.892	274.977	4,90	0 sn.	2.558.13
9 /My Account	1.347.179	276.148	4,88	8 sn.	2.622.41

Ekran 42: “Coğrafya > Ülke” seçeneğine tıklanır.

Sayfa başlığı ve ekran adı	Ölçerler	Ölçerler	Ölçerler	Ölçerler	Ölçerler
1 (not set)	1.348.115	382.833	3,52	1 dk. 20 sn.	33.791.63
2 /homepage	1.347.892	274.977	4,90	0 sn	2.558.13
3 FlutterProductListActivity	1.347.179	276.148	4,88	8 sn	2.622.41
4 /cart					
5 FlutterCategoriesActivity					
6 /orders/orderDetail					
7 /menu/subcategory					
8 /account					
9 /My Account					

Ekran 43: İlgili ekranda “Filtre ekle” seçeneğine tıklanır. Filtre oluşturma aşamasında boyut filtresinden “ülke”, eşleşme türü filtresinden “şununla tam olarak eşleştir” ve değer filtresinden ise “ilgili hedef ülke” seçilir.

Filtre ekle

KOŞULLAR (EN FAZLA 5 TANE OLUŞTURUN)

Boyut: Ülke

Eşleşme Türü: şununla tam olarak eşleştir

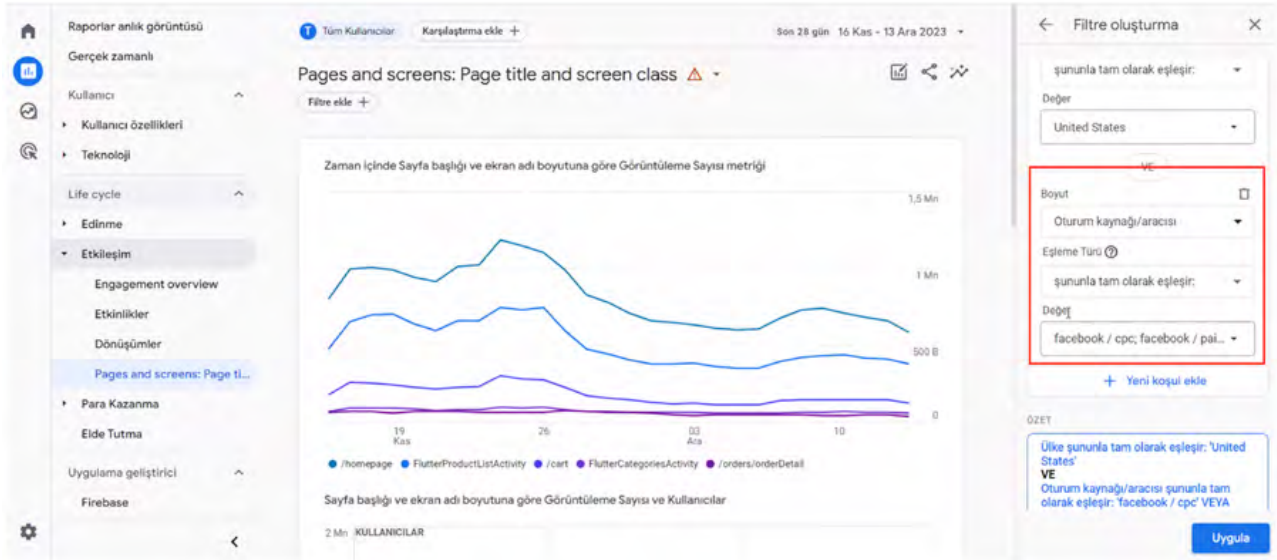
Değer: United States

+ Yeni koşul ekle

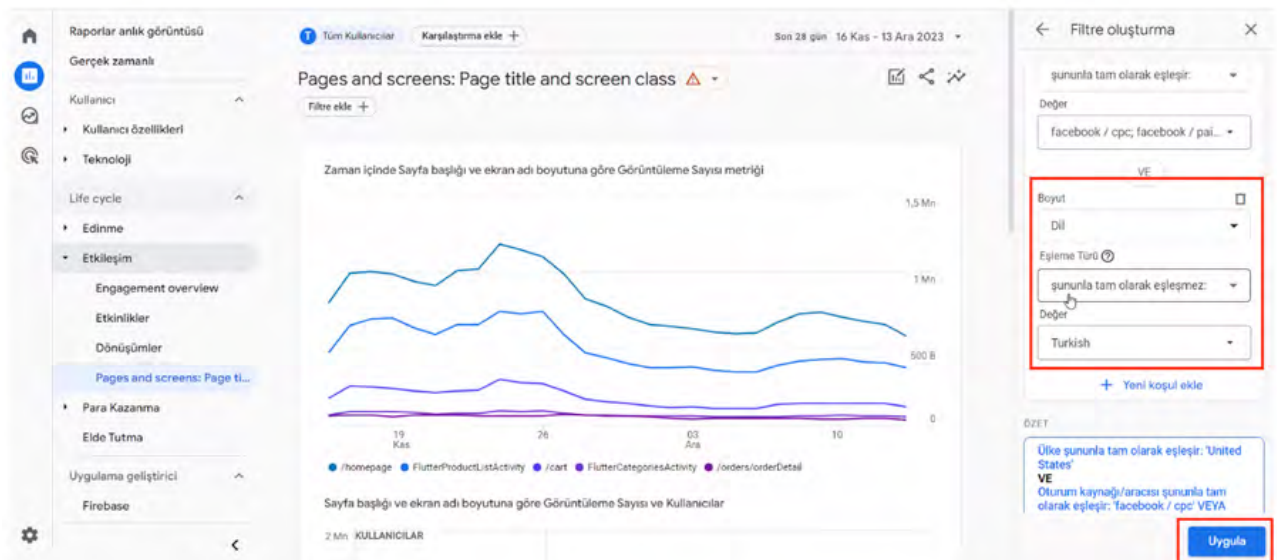
ÖZET: Ülke şununla tam olarak eşleşir: 'United States'

Uygula

Ekran 44: “Yeni koşul ekle” butonu ile boyut filtesinden “oturum kaynağı/aracı-sı”, eşleşme türü filtresinden “şununla tam olarak eşleştir” ve değer filtresinden ise yararlanıcının UTM tanımlamalarının yapıldığı, Meta reklamlarının bulunduğu parametreler seçilir.



Ekran 45: “Yeni koşul ekle” butonu ile boyut filtesinden “oturum kaynağı/aracı-sı”, eşleşme türü filtresinden “şununla tam olarak eşleştir” ve değer filtresinden ise yararlanıcının UTM tanımlamalarının yapıldığı, Meta reklamlarının bulunduğu parametreler seçilir.





Facebook UTM parametrelerini görmek için reklam detaylarına girilir ve URL parametreleri bölümü kontrol edilir. Yeni bir UTM parametresi oluşturmak için “Bir URL parametresi oluştur” butonuna tıklanır.

URL Parametreleri ⓘ

```
utm_source=facebook&utm_medium=cpc&utm_campaign={{campaign.name}}&utm_content={{adset.name}}
```

Bir URL parametresi oluştur

İnternet sitesi adresinize (URL) parametreler eklemek için aşağıdaki formda yer alan alanları doldurun. Kampanyanız, reklam setiniz veya reklamınızdan otomatik olarak bilgi almak için her bir alana tıklayarak kod gibi dinamik bir parametre seçin-{{ad.id}}. [Daha fazla bilgi alın](#)

Kampanya Kaynağı

Trafik'in kaynağını belirlemek için. Örneğin: Facebook, Instagram, bir arama motoru veya başka bir kaynak.

Kampanya Ortamı

Reklam ortamını tanımlamak için. Örneğin: banner, email, Facebook_Feed veya Instagram_Story.

Kampanya Adı

Ada dayalı internet adresi (URL) parametreleri, ilk yayımlandıklarında kampanyanız, reklam setiniz veya reklamınız tarafından sağlanan adlar olarak ayarlanacaktır. Yerleştirme sırasında bu adları parametre değerleri olarak kullanacağız. İnternet adresinizi (URL), kampanya, reklam seti veya reklam adlarını düzenlemeye devam edebilirsiniz ancak parametreler her zaman orijinal adlara yönlendirme yapacaktır.

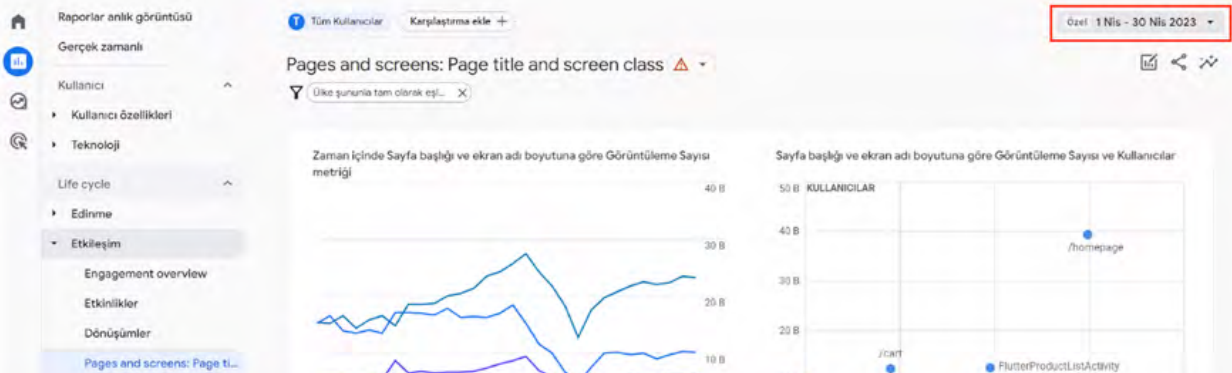
Belirli bir tanıtımı veya stratejik kampanyayı tanımlamak için. Örneğin: summer_sale.

Kampanya İçeriği

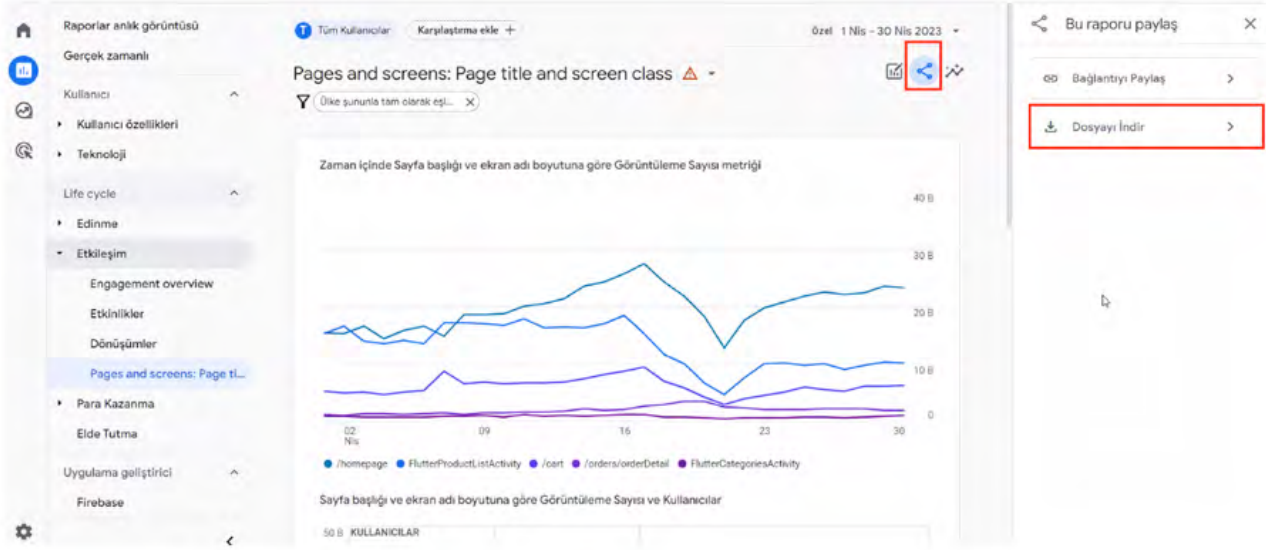
Ada dayalı internet adresi (URL) parametreleri, ilk yayımlandıklarında kampanyanız, reklam setiniz veya reklamınız tarafından sağlanan adlar

[İptal](#)[Uygula](#)

Ekran 46: İlgili tarih filtrelemesi yapılır.



Ekrana 47: Bağlantı butonuna tıklanarak “Dosyayı indir” seçilir ve CSV formatında indirilir.



Ekrana 48: Rapor açılır ve raporda kullanıcı bazında ürün ve marka reklamlarının trafiği tespit edilir.

The screenshot shows an Excel spreadsheet titled 'Untitled report Apr 1-2023 to Apr 30-2023.xlsx - Excel'. The spreadsheet contains a table with the following columns: Sayfa başlığı ve ekran adı (Page title and screen name), Öğe Kimliği (Ürün ID) (Item ID (Product ID)), Ülke (Country), and Kullanıcı (User). The table lists data for various product IDs and their corresponding user counts across different countries.

Sayfa başlığı ve ekran adı	Öğe Kimliği (Ürün ID)	Ülke	Kullanıcı
/detail/75	21	United States	58
/detail/22	21	United States	65
/detail/26	21	United States	43
/detail/26	21	United States	43
/detail/26	21	United States	43
/detail/26	21	United States	43
/detail/26	21	United States	47
/detail/26	21	United States	40
/detail/26	21	United States	60
/detail/30	30	United States	57
/detail/30	30	United States	43
/detail/31	31	United States	128
/detail/31	31	United States	67
/detail/32	32	United States	72
/detail/32	32	United States	57
/detail/35	31	United States	44
/detail/35	31	United States	40
/detail/35	31	United States	49
/detail/35	31	United States	39
/detail/41	42	United States	136
/detail/41	42	United States	39
/detail/42	42	United States	122
/detail/42	42	United States	45
/detail/42	42	United States	50
/detail/42	42	United States	81
/detail/42	42	United States	144
/detail/42	42	United States	38
/detail/42	42	United States	121
/detail/42	42	United States	80

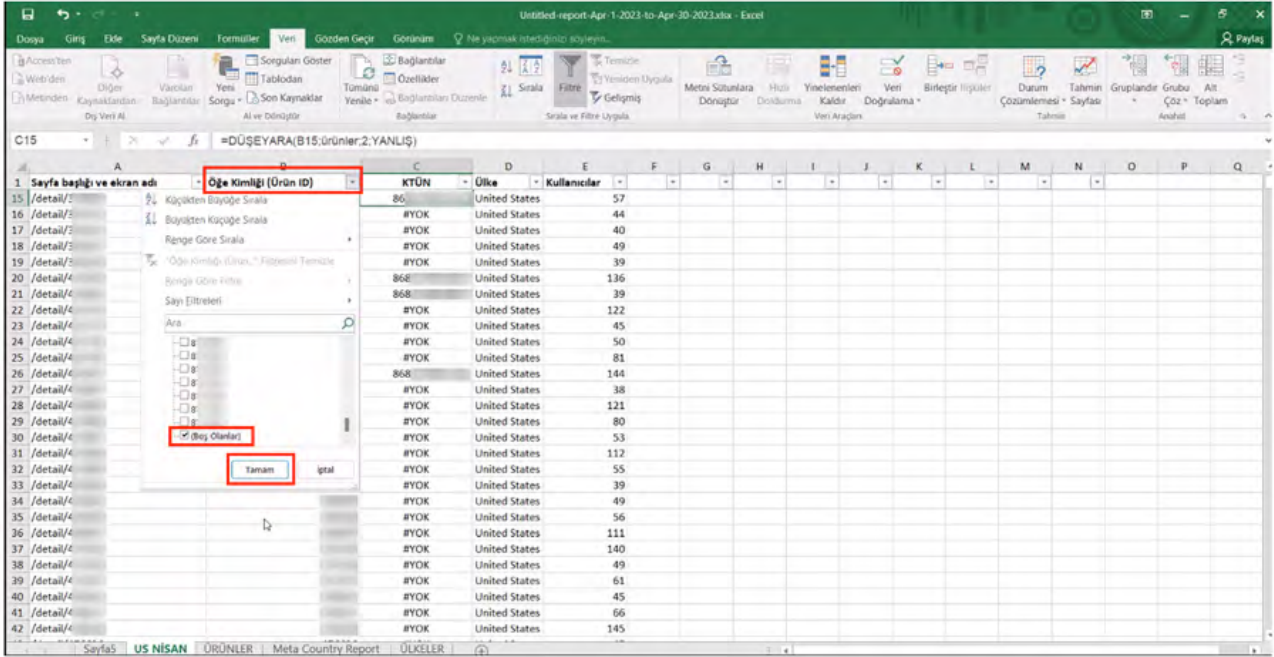
Ekran 49: Daha sonra **“5. RAPORLARDA KTÜN EŞLEŞTİRMESİNİN YAPILMASI”** başlığı altında bulunan **DÜŞEYARA** formülünün kullanımına ilişkin yönlendirmelere izlenerek ön onaylı ürünler filtrelenir.

Sayfa başlığı ve ekran adı	Öge Kimliği (Ürün ID)	KTÜN	Ülke	Kullanıcı
/detail/79	2	RYOK	United States	58
/detail/73	2	RYOK	United States	65
/detail/28	2	RYOK	United States	43
/detail/28	2	RYOK	United States	43
/detail/28	2	RYOK	United States	43
/detail/29	2	RYOK	United States	47
/detail/29	2	RYOK	United States	40
/detail/29	2	RYOK	United States	60
/detail/30	3	RYOK	United States	57
/detail/30	3	RYOK	United States	43
/detail/31	3	RYOK	United States	128
/detail/31	3	RYOK	United States	67
/detail/32	3	RYOK	United States	72
/detail/37	3	B64	United States	57
/detail/39	3	RYOK	United States	44
/detail/39	3	RYOK	United States	40
/detail/39	3	RYOK	United States	49
/detail/39	3	RYOK	United States	39
/detail/41	4	B64	United States	136
/detail/41	4	BC	United States	39
/detail/42	4	RYOK	United States	122
/detail/42	4	RYOK	United States	45
/detail/42	4	RYOK	United States	50
/detail/42	4	RYOK	United States	81
/detail/42	4	BC	United States	144
/detail/42	4	RYOK	United States	38
/detail/42	4	RYOK	United States	121
/detail/43	4	RYOK	United States	80

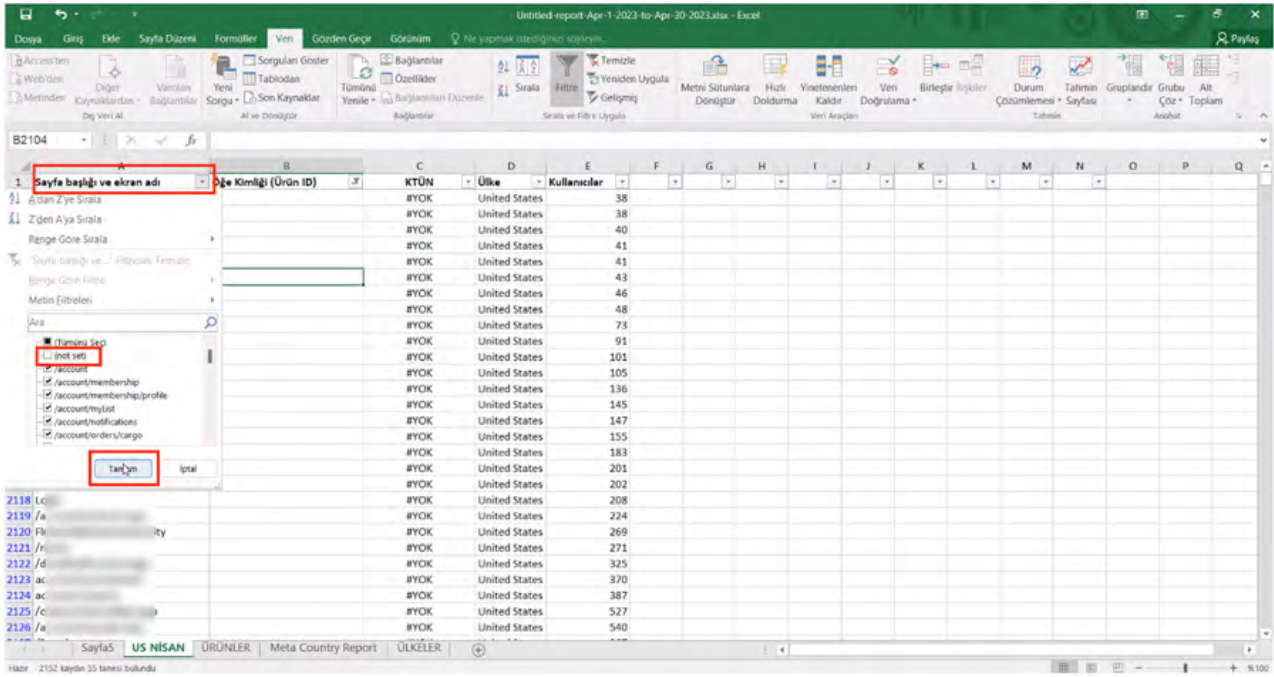
Ekran 50: Filtreleme sonrasında **“Kullanıcılar”** sütununda bulunan toplam kullanıcı sayısı destek kapsamında değerlendirilebilir.

Sayfa başlığı ve ekran adı	Öge Kimliği (Ürün ID)	KTÜN	Ülke	Kullanıcılar
1390 /detail/85	8	868	United States	66
1391 /detail/85	8	868	United States	74
1392 /detail/85	8	868	United States	51
1604 /detail/85	8	868	United States	68
1605 /detail/85	8	868	United States	73
1606 /detail/85	8	868	United States	66
1607 /detail/85	8	868	United States	157
1608 /detail/85	8	868	United States	319
1609 /detail/85	8	868	United States	207
1610 /detail/85	8	868	United States	194
1611 /detail/85	8	868	United States	237
1617 /detail/85	8	868	United States	113
1618 /detail/85	8	868	United States	69
1619 /detail/85	8	868	United States	42
1622 /detail/85	8	868	United States	82
1623 /detail/85	8	868	United States	46
1624 /detail/85	8	868	United States	84
1627 /detail/85	8	868	United States	158
1629 /detail/85	8	868	United States	41
1630 /detail/85	8	868	United States	41
1668 /detail/86	8	868	United States	82
1677 /detail/86	8	868	United States	83
1678 /detail/86	8	868	United States	73
1687 /detail/86	8	868	United States	142
2154				
2155				
2156				
Toplam				142045

Ekran 51: İlgili sayfadaki tüm filtreler temizlenir. **Öge kimliği (Ürün ID)** sütununda **“Boş olanlar”** kırılımı seçilir.



Ekran 52: Sayfa başlığı ve ekran adı sütununda **“(not set)”** kırılımı hariç bırakılır.



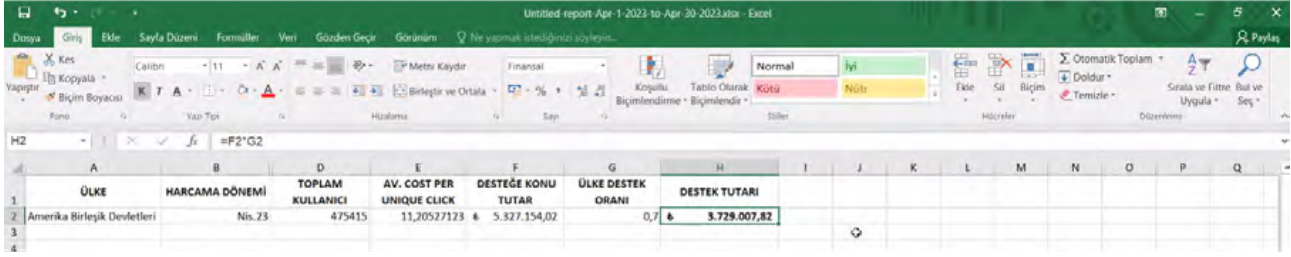
Ekran 53: Filtreleme işlemi sonucu çıkan toplam kullanıcı sayısı bir önceki adımda tespit edilen ön onayı alınan ürünlerin toplam kullanıcı sayısı ile toplanarak desteğe konu edilebilir.

Sayfa başlığı ve ekran adı	Öğe Kimliği (Ürün ID)	KTÜN	Ölke	Kullanıcılar
2123 account/myList/detail		BYOK	United States	370
2124 account/coupons		BYOK	United States	387
2125 /orders/whereIsMyCargo		BYOK	United States	527
2126 /account/membership		BYOK	United States	540
2127 /favorites		BYOK	United States	967
2128 /My Account		BYOK	United States	1258
2129 /account		BYOK	United States	1325
2130 /Checkout		BYOK	United States	1696
2131 /Favonlar		BYOK	United States	2317
2132 FlutterCategoriesActivity		BYOK	United States	2426
2133 /menu		BYOK	United States	2511
2134 /homepage/reels		BYOK	United States	2617
2135 /brands		BYOK	United States	3794
2136 /orders		BYOK	United States	4177
2137 /orders/orderDetail		BYOK	United States	4180
2138 My Account		BYOK	United States	6085
2139 /discover		BYOK	United States	7478
2140 /menu/subcategory		BYOK	United States	9101
2141 /cart		BYOK	United States	12230
2142 FlutterProductsListActivity		BYOK	United States	12427
2143 (not set)		BYOK	United States	38036
2144 /homepage		BYOK	United States	39276
Toplam				333370

Ekran 54: Meta raporunda ilgili ülkedeki **“Cost per unique link click (all)”** sütunundaki harcama toplam kullanıcı sayısı ile çarpılarak desteğe konu tutar tespit edilebilir.

Country	Ürün	Unique link clicks	Cost per unique link click	Reporting starts	Reporting ends
3 JO	Ürün	0,50	567296	3,03515494	2023-04-01
4 US	Amerika Birleşik Devletleri	0,70	372736	11,20527123	2023-04-01
5 DE	Almanya	0,50	225280	11,51667361	2023-04-01
9 GB	Birleşik Krallık	0,50	219136	5,68717229	2023-04-01
10 FR	Fransa	0,50	184320	7,93882755	2023-04-01
11 AE	Birleşik Arap Emirlikleri	0,50	120832	8,0755998	2023-04-01
13 SA	Suudi Arabistan	0,50	100352	7,18563387	2023-04-01
14 CA	Kanada	0,70	61440	9,23991089	2023-04-01
15 AT	Avusturya	0,50	40960	6,68567824	2023-04-01
16 QA	Katar	0,50	36864	7,71661425	2023-04-01
19 PL	Polonya	0,50	36864	1,71961585	2023-04-01
20 LB	Lübnan	0,50	32768	1,60056455	2023-04-01
22 NL	Hollanda	0,50	32768	10,49404858	2023-04-01
23 SE	İsveç	0,50	30720	10,96353958	2023-04-01
24 BE	Belçika	0,50	26624	8,27563375	2023-04-01
25 IT	İtalya	0,50	26624	4,45946821	2023-04-01
26 ES	İspanya	0,50	22528	4,25089904	2023-04-01
27 AU	Avustralya	0,70	12288	18,56280326	2023-04-01
29 IE	İrlanda	0,50	10240	3,83329602	2023-04-01
30 DK	Danimarka	0,50	6144	17,89117179	2023-04-01
31 FI	Finlandiya	0,50	4096	9,73434235	2023-04-01

Ekrana 55: Desteğe konu tutar ülke destek oranı kapsamında hesaplanarak destek tutarı tespit edilebilir.

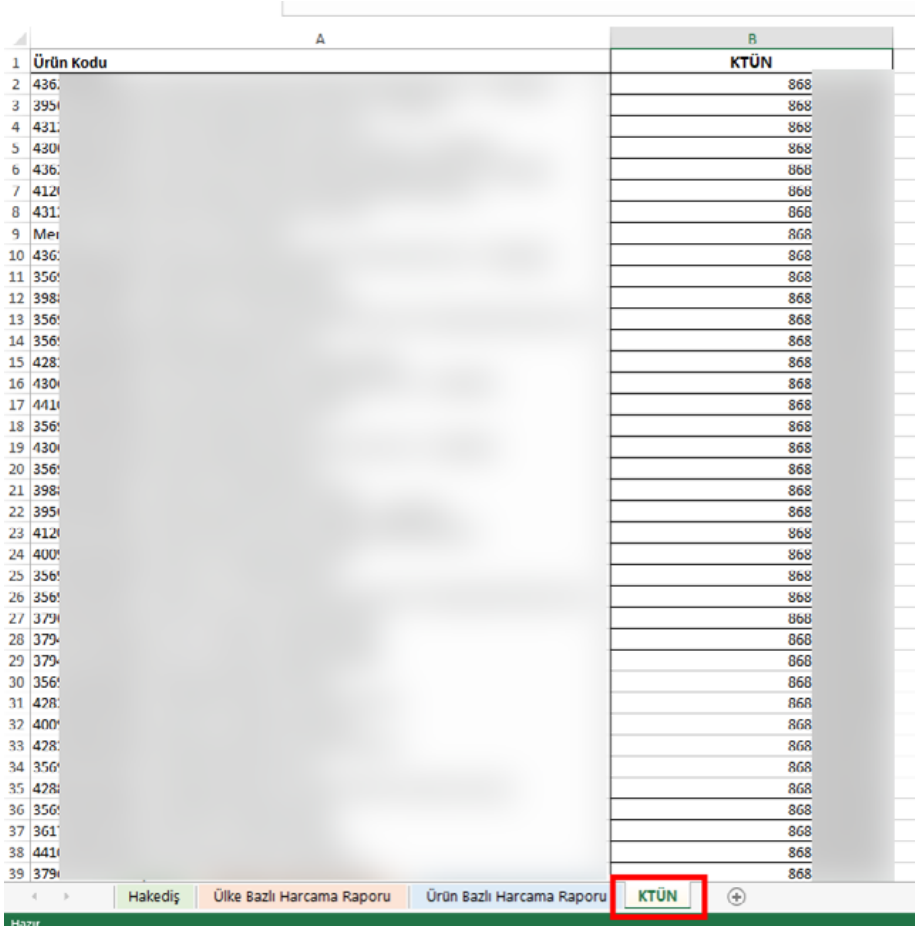


ÜLKE	HARCAMA DÖNEMİ	TOPLAM KULLANICI	AV. COST PER UNIQUE CLICK	DESTEĞE KONU TUTAR	ÜLKE DESTEK ORANI	DESTEK TUTARI
Amerika Birleşik Devletleri	Nis. 23	475415	11,20527123	5.327.154,02	0,7	5.728.007,82

5. Raporlarda Ktün Eşleştirmesinin Yapılması

Meta reklamları için ürün bazlı raporlarda yer alan ürün kodlarıyla eşleştirilmiş bir ön onaylı ürün listesinin olması KTÜN eşleştirmesi yapılabilmesi için önem arz etmektedir.

Ekrana 56: Ürün kodlarıyla KTÜN bilgilerinin eşleştirildiği ön onaylı ürün listesi, eşleştirme yapılacak raporda “KTÜN” isimli ayrı bir sayfa oluşturularak ilgili sayfaya eklenir.



Ürün Kodu	KTÜN
436	868
395	868
431	868
430	868
436	868
412	868
431	868
Mei	868
436	868
356	868
398	868
356	868
356	868
428	868
430	868
441	868
356	868
430	868
356	868
398	868
395	868
412	868
400	868
356	868
356	868
379	868
379	868
379	868
356	868
428	868
400	868
428	868
356	868
428	868
356	868
361	868
441	868
379	868

Ekran 57: Daha sonra eşleştirme yapılacak ana raporda “Ürün Kodu” sütunun hemen yanına açılan “KTÜN” sütununda “DÜŞEYARA” formülü kullanılarak KTÜN eşleştirilmesi gerçekleştirilir.

B2 =DÜŞEYARA(A2:KTÜN1A:B;2;0)

Ürün Kodu	KTÜN	Harcama Tutar (TRY)	Rapor Başlangıcı	Rapor Sonu
436	868	630.605,43	2024-10-01	2024-10-31
430	868	618.635,06	2024-10-01	2024-10-31
395	868	617.838,07	2024-10-01	2024-10-31
431	868	617.514,07	2024-10-01	2024-10-31
356	868	613.211,17	2024-10-01	2024-10-31
398	868	611.027,32	2024-10-01	2024-10-31
356	868	610.673,34	2024-10-01	2024-10-31
412	868	610.410,33	2024-10-01	2024-10-31
428	868	610.032,63	2024-10-01	2024-10-31
356	868	609.800,07	2024-10-01	2024-10-31
360	868	609.495,40	2024-10-01	2024-10-31
441	868	608.155,69	2024-10-01	2024-10-31
716	868	607.071,39	2024-10-01	2024-10-31
379	868	606.337,52	2024-10-01	2024-10-31
445	868	606.000,60	2024-10-01	2024-10-31
356	868	605.476,49	2024-10-01	2024-10-31
400	868	605.260,31	2024-10-01	2024-10-31
379	868	605.064,68	2024-10-01	2024-10-31
356	868	604.529,00	2024-10-01	2024-10-31
420	868	603.582,67	2024-10-01	2024-10-31
361	868	603.570,90	2024-10-01	2024-10-31
361	868	602.768,58	2024-10-01	2024-10-31
428	868	602.632,09	2024-10-01	2024-10-31
442	868	602.481,03	2024-10-01	2024-10-31
445	868	602.466,03	2024-10-01	2024-10-31
436	868	602.321,87	2024-10-01	2024-10-31
396	868	602.089,91	2024-10-01	2024-10-31
436	868	602.059,65	2024-10-01	2024-10-31
428	868	602.026,63	2024-10-01	2024-10-31
444	868	601.930,88	2024-10-01	2024-10-31
431	868	601.172,66	2024-10-01	2024-10-31
441	868	601.141,16	2024-10-01	2024-10-31
419	868	601.104,27	2024-10-01	2024-10-31
456	868	601.027,94	2024-10-01	2024-10-31
400	868	600.555,50	2024-10-01	2024-10-31
437	868	600.765,95	2024-10-01	2024-10-31
456	868	600.655,68	2024-10-01	2024-10-31
356	868	600.34,73	2024-10-01	2024-10-31

Ekran 58: Eşleştirme sonrasında ön onaylı ürün listesinde yer almayan ürünlerin “KTÜN” sütununda karşısında yer alan hücreler “#YOK” olarak gelecektir. Bu satırların filtre ile listeden çıkarılmasıyla ön onaylı ürünler için yapılan harcamalar tespit edilir.

Özellikler

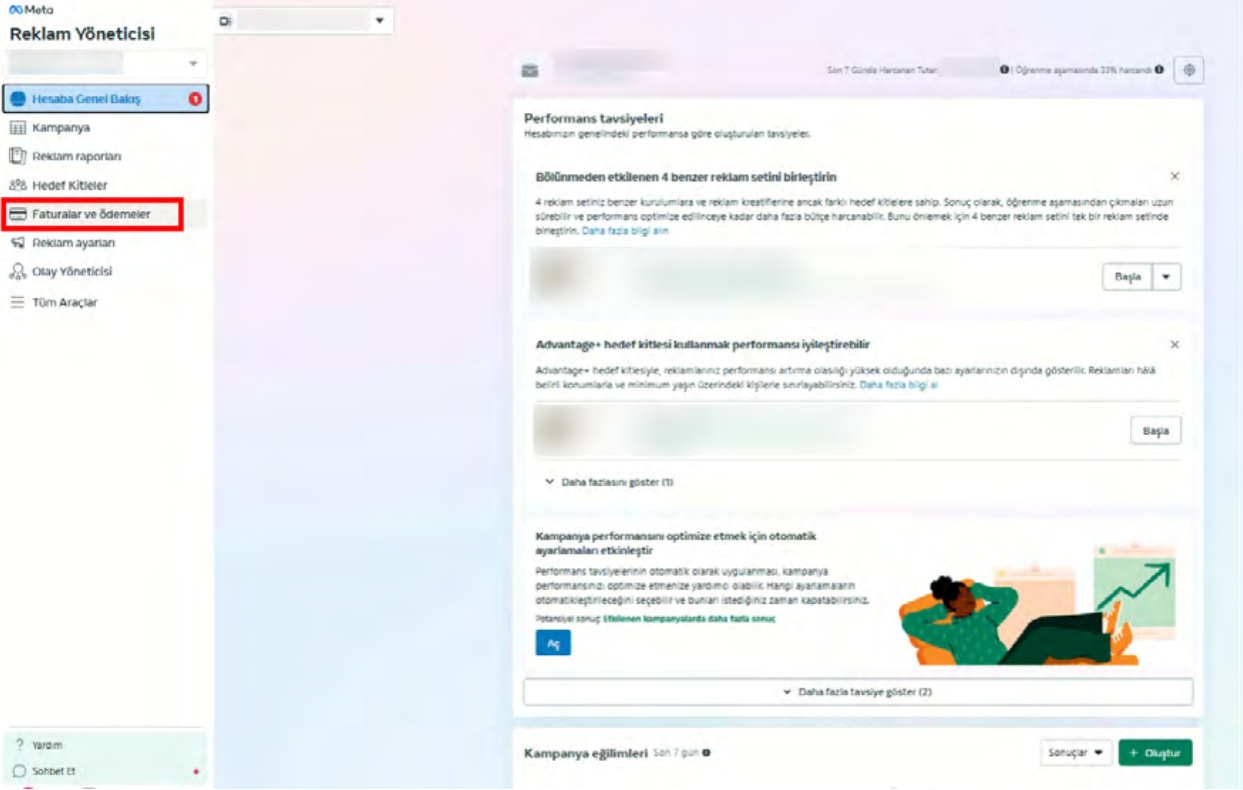
Yeni Metin veya Web'den Al... Tablo/ Aralık'tan Kaynaklar... Mevcut Bağlantılar... Tümüni Yenile... Bağlantıları Göster... Sırala ve Filtre Uygula

B1 =KTÜN

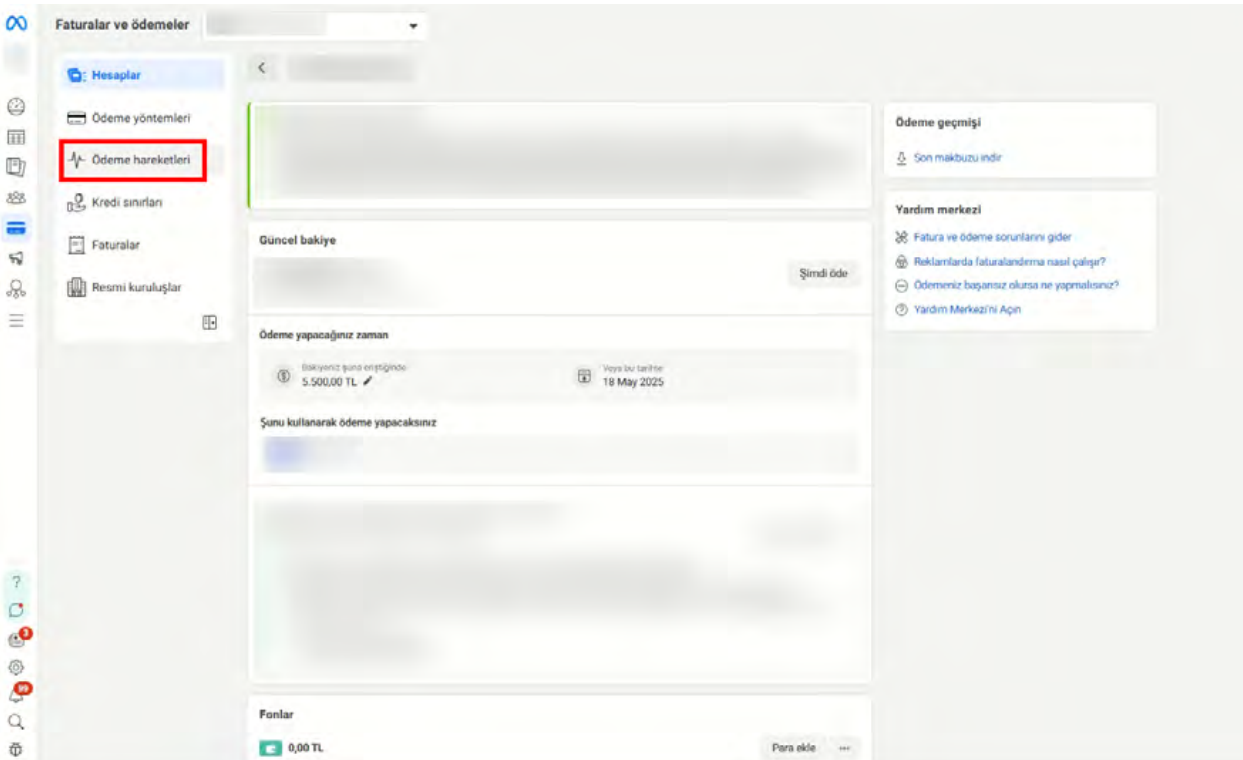
Ürün Kodu	KTÜN	Harcama Tutar (TRY)	Rapor Başlangıcı	Rapor Sonu
436	Küçükten Büyüğe Sırala	630.605,43	2024-10-01	2024-10-31
430	Büyükten Küçüğe Sırala	618.635,06	2024-10-01	2024-10-31
395	Renğe Göre Sırala	617.838,07	2024-10-01	2024-10-31
431	"KTÜN" Filtresi - Tazeli	617.514,07	2024-10-01	2024-10-31
356	İzlenim Göre Filtre	613.211,17	2024-10-01	2024-10-31
398	Seyir Filtresi	611.027,32	2024-10-01	2024-10-31
356		610.673,34	2024-10-01	2024-10-31
412		610.410,33	2024-10-01	2024-10-31
428		610.032,63	2024-10-01	2024-10-31
356		609.800,07	2024-10-01	2024-10-31
360		609.495,40	2024-10-01	2024-10-31
441		608.155,69	2024-10-01	2024-10-31
716		607.071,39	2024-10-01	2024-10-31
379		606.337,52	2024-10-01	2024-10-31
445		606.000,60	2024-10-01	2024-10-31
356		605.476,49	2024-10-01	2024-10-31
400		605.260,31	2024-10-01	2024-10-31
379		605.064,68	2024-10-01	2024-10-31
356		604.529,00	2024-10-01	2024-10-31
420		603.582,67	2024-10-01	2024-10-31
361		603.570,90	2024-10-01	2024-10-31
361		602.768,58	2024-10-01	2024-10-31
428		602.632,09	2024-10-01	2024-10-31
442		602.481,03	2024-10-01	2024-10-31
445		602.466,03	2024-10-01	2024-10-31
436		602.321,87	2024-10-01	2024-10-31
396		602.089,91	2024-10-01	2024-10-31
436		602.059,65	2024-10-01	2024-10-31
428		602.026,63	2024-10-01	2024-10-31
444		601.930,88	2024-10-01	2024-10-31
431		601.172,66	2024-10-01	2024-10-31
441		601.141,16	2024-10-01	2024-10-31
419		601.104,27	2024-10-01	2024-10-31
456		601.027,94	2024-10-01	2024-10-31
400		600.555,50	2024-10-01	2024-10-31
437		600.765,95	2024-10-01	2024-10-31
456		600.655,68	2024-10-01	2024-10-31
356		600.34,73	2024-10-01	2024-10-31

6. Reklam Giderlerinin Faturalandırılması

Ekran 59: “Reklam Yöneticisi” üzerinden, sol menüde “Faturalar ve ödemeler” sekmesine tıklanır.



Ekran 60: Açılan sayfada “Ödeme hareketleri” başlığı seçilir.



Ekran 61: Açılan sayfada öncelikle ekranın sağ üst köşesinde yer alan kısımda yer alan hesap numarası ile hangi reklam hesabına ait faturaların görüntüleneceği teyit edilir. Bu kısımda incelemeye konu olan reklam hesabının numarası yer almalıdır. Arama kısmının hemen öncesinde yer alan açılır seçeneklerde **“İşlemler”** seçeneğinin seçilmiş olması gerekmektedir. Daha sonra tarih filtresinden incelemeye ilişkin tarih aralığı seçilerek faturalar görüntülenir.

The screenshot shows the 'Ödeme hareketleri' (Payment Transactions) page. The page has a sidebar with navigation options like 'Hesaplar', 'Ödeme yöntemleri', 'Ödeme hareketleri', 'Kredi ciroları', 'Faturalar', and 'Resmi kuruluşlar'. The main area displays a table of transactions. The 'İşlemler' dropdown menu is open, showing 'İşlemler' as the selected option. The date range is set to '1 Eki 2024 - 31 Eki 2024'. The table shows transactions with dates from 26 Eki 2024 to 18 Eki 2024, all with a status of 'Ödendi' (Paid).

Ekran 62: Daha sonra **“Ödeme durumu”** sütununda **“Ödendi”** olarak görünen ödemelere ait faturalar satırın sonunda yer alan indirme ikonuna tıklanarak indirilir.

The screenshot shows the 'Ödeme hareketleri' (Payment Transactions) page. The 'İşlemler' dropdown menu is open, showing 'İşlemler' as the selected option. The date range is set to '1 Eki 2024 - 31 Eki 2024'. The table shows transactions with dates from 26 Eki 2024 to 4 Eki 2024, all with a status of 'Ödendi' (Paid). The 'İşlemler' dropdown menu is open, showing 'İşlemler' as the selected option. The date range is set to '1 Eki 2024 - 31 Eki 2024'.

Ekran 63: İndirilen belgede hesap numarasına, ödeme yöntemine ve “Ödendi” ibaresine dikkat edilir.

Hesap No: 245

Meta

Fatura/Ödeme Tarihi
26 Eki 2024 10:03

Ödeme Yöntemi
MasterCard
Referans Numarası:

İşlem Kodu

Örün Türü
Meta reklamlar

Ödendi

69.200,00 TRY

69.200,00 tutarındaki faturalandırma düzeyinize ulaştığınız için faturalandırılmıyorsunuz.

Kampanyalar

21 Eki 2024 00:00 - 26 Eki 2024 10:03 arası	74.774 Gösterim	9.734,70
21 Eki 2024 00:00 - 26 Eki 2024 10:03 arası	21.629 Gösterim	7.684,18
21 Eki 2024 00:00 - 26 Eki 2024 10:03 arası	7.171 Gösterim	3.149,80
21 Eki 2024 00:00 - 26 Eki 2024 10:03 arası	3.318 Gösterim	1.806,13

