



TeknoWeb
Dijital Partner

TÜRKİYE'DE GOOGLE ADS SERİSİ · ÜCRETSİZ ÖRNEK ·
KİTAP 5 / 8

Google Ads Alışveriş ve Performance Max

*Ürün verisini düzeltin; otomasyonu ticari sonuçla
yönetin.*

05



İçindekiler

Bu Örnek Hakkında	3
Ön Söz	4
Bölüm 1 — Merchant Center Temeli	6
1.1 Karar sorusu ve öğrenme çıktısı.....	6
1.2 Üç ayrı bağ	6
1.3 Kurulum sırası ve yetki	7
1.4 Başlatma kapısı	8
Bölüm özeti	9
Bölüm sonu kontrol listesi	9
Devamı Tam Kitapta.....	10

Bu Örnek Hakkında

Elindeki dosya, **Google Ads: Alışveriş ve Performance Max** kitabının ücretsiz örneğidir. Tam kitap 58 sayfa, 15 bölüm ve 6 ekten oluşuyor.

Bu örnekte kitabın ön sözü ve **Bölüm 1'in tamamı** var. Kitaptaki teknik iddialar Google'ın resmî dokümantasyonuna dayanır; dipnotlarda kaynağın adresi ve doğrulama tarihi yer alır. Bu örnekteki dipnotlar da aynı şekilde çalışır.

Ön Söz

Bir ürünün reklamda görünmesi ile kârlı biçimde satılması farklı başarılarıdır. Eksik GTIN, yanlış fiyat veya bayat stok bilgisi ilkini engelleyebilir; yanlış dönüşüm değeri ve marj hesabı ikincisini gizleyebilir. Bu kitap iki sorunu aynı karar zincirinde ele alır.

Serinin ilk dört kitabı hesap temeli, ölçüm, arama niyeti, teklif ve bütçeyi kurdu. Burada bunların üzerine ürün verisi ve çok kanallı otomasyon ekleniyor. Merchant Center'ı yalnız bir dosya yükleme ekranı değil, müşteriyle verilen sözün veri kaydı olarak okuyacağız.

Her bölümde önce karar sorusu, sonra kaynaklı platform davranışı, ardından Türkiye'den sentetik bir örnek ve karşı örnek var. Arayüz adı veya beta özellik değişirse bölümdeki karar yöntemi ayakta kalsın diye, değişken özellikleri tarih ve uygunluk

sınırıyla anlatıyoruz. Canlı kampanyada değişiklik yapmadan önce kendi hesabınızda güncel durumu kontrol edin.

Bu kitabı bitirdiğinizde “PMax iyi mi?” yerine daha yararlı bir soru soracaksınız: “Hangi ürün, hangi kâr sınırı, hangi ölçüm ve hangi kontrolle, hangi kampanyada denenmeli?”

Bölüm 1 — Merchant Center Temeli

Alışveriş reklamında ilk kampanya kararı, ürünün hangi hesabın ve hangi mağaza sözünün parçası olduğudur.

1.1 Karar sorusu ve öğrenme çıktısı

Mağaza alan adı, Merchant Center ve Google Ads kime aittir? Bölüm sonunda hesap bağlantısını erişim yetkisi, veri sahipliği ve geri alma planıyla çizebileceksiniz. Google Ads'te kampanya oluşturmak bu bağımlılıkları ortadan kaldırmaz.

1.2 Üç ayrı bağ

İlk bağ, mağaza URL'sinin doğrulanmasıdır: Google'a site üzerinde değişiklik yapabildiğinizi kanıtlarsınız. İkinci bağ, URL'nin Merchant Center hesabında sahiplenilmesidir; tek URL'nin normalde tek hesapta sahiplenilmesi, ajans değişikliğinde

sürtüşme doğurabilir.¹ Üçüncü bağ, Merchant Center ile reklam hesabının ilişkilendirilmesidir; ürün kataloğunun reklamda kullanılabilmesi için yetkili hesapların doğru eşleştirilmesi gerekir.²

BAĞ	İŞ SAHİBİ	KANIT	DEVİR RİSKİ
Alan adı	Mağaza	DNS/site yönetimi ve doğrulama yöntemi	Ajans hesabında kilitlenme
Merchant Center	Perakendeci	İşletme, ürün kaynağı ve sahiplenme	Ürün geçmişinin parçalanması
Google Ads	Reklamveren	Bağlantı isteği ve onayı	Yanlış hesaba harcama

“Doğrulandı” etiketi mağazanın politika bakımından onaylandığı anlamına gelmez.

Merchant Center ürün verisi, site, kargo ve işletme bilgilerini ayrıca inceleyebilir. Satışa açılacak hedef ülke ile ürün verisinin ülkesi, para birimi ve teslimat kapsamı da birbirine uymalıdır.

1.3 Kurulum sırası ve yetki

TeknoWeb yöntemi: Önce işletme sahibini ve alan adı yöneticisini kaydedin. Sonra Merchant Center yöneticisini, doğrulama yöntemini ve sahiplenilen tam alanı yazın. Ürün kaynağını küçük örnekle

yükleyin; onay ve hata durumunu okuyun. En son Ads bağlantısını ve reklam yetkisini açın.

Bağlantıyı veren kişinin sonradan görevden ayrılması için yedek yönetici ve devir prosedürü belirleyin. Hesap erişimi paylaşırken kişisel parola aktarmayın; rol bazlı davet ve asgari yetki kullanın.

Sentetik örnek: İzmir’deki bir mutfak ekipmanı mağazasının alan adı şirket hesabındadır, ajans yalnız Ads yönetir. Merchant Center mağazanın kontrolünde kurulur. Ajans değiştiğinde ürün kimliği ve site sahipliği aynı kalır; Ads bağlantısı yetkili tarafından gözden geçirilir.

Karşı örnek: Ajans, müşterinin alan adını kendi merkezi Merchant hesabına bağlar, tek yönetici de ajans çalışanıdır. Kampanya ilk gün çalışsa bile devir anında site sahiplenmesi ve katalog yönetimi kesilir. Bu teknik değil, yönetim borcudur.

1.4 Başlatma kapısı

Canlı harcamadan önce bir test ürününün URL’sini mobil ve masaüstünde açın. Fiyat, stok, kargo ve ödeme akışını farklı konum/oturumda karşılaştırın. Ürün “uygun” görünürken gerçek teslimat vaadi

yanlıssa kampanyayı açmayın. Hesap erişim kaydında kimin ürün verisini ve kimin bütçeyi değiştirebildiği ayrı olsun.

Bölüm özeti

Doğrulama, sahiplenme, ürün uygunluğu ve Ads bağlantısı farklı kapılardır. Sağlam hesap mimarisi ajans devrini ve canlı düzeltmeyi kolaylaştırır; hiçbir kapı tek başına satış vaadi değildir.

Bölüm sonu kontrol listesi

- ☐ Alan adı ve Merchant Center işletme adına kayıtlı.
- ☐ Doğrulama yöntemi, yönetici ve devir sahibi yazılı.
- ☐ Ads bağlantısı doğru müşteri hesabına verilmiş.
- ☐ Hedef ülke, ürün verisi ve teslimat kapsamı eşleşiyor.
- ☐ Canlı harcama yetkisi ve geri alma yolu belirlenmiş.

Devamı Tam Kitapta

KONU

- | | |
|-----------------|--|
| Bölüm 2 | Ürün Verisi: Kimlikten Görsele |
| Bölüm 3 | Türkiye Satış Sözleşmesi: Fiyat, Kargo, İade |
| Bölüm 4 | Ürün Teşhisi ve Düzeltme Sırası |
| Bölüm 5 | Standart Shopping ile Kontrollü Öğrenme |
| Bölüm 6 | Ürün Ekonomisi ve Teklif Kararı |
| Bölüm 7 | Performance Max Mimarisi |
| Bölüm 8 | Varlık Grupları ve Yaratıcı Kalite |
| Bölüm 9 | Kitle Sinyalleri ve Arama Temaları |
| Bölüm 10 | Marka, Negatif Terim ve URL Kontrolleri |
| Bölüm 11 | PMax Raporlaması ve Görünmeyenler |
| Bölüm 12 | Standart Shopping ve PMax: Birlikte Çalışma, Deney |
| Bölüm 13 | Yerel Stok, Mağaza ve Seyahat Hedefleri |
| Bölüm 14 | AI Max for Shopping: Beta Uygunluk Kapısı |
| Bölüm 15 | Bilinmedik Kutusu ve Operasyonel Geri Alma |

Ekler: Ek A — Shopping ve PMax Denetim Listesi; Ek B — Veri ve Karar Şablonları; Ek C — Sentetik Hesap Örnekleri; Ek D — Terimler Sözlüğü; Ek E — Kanıt ve Güncelleme Protokolü; Ek F — Kaynakça.

Tam kitap baskı PDF, mobil PDF, Word ve EPUB olarak teslim edilir; Google değiştiğinde güncellenen sürüm ücretsizdir. **teknoweb.net/akademi**

1. Google Merchant Center Yardım Merkezi, “About online store URL verification”, <https://support.google.com/merchants/answer/11586344>, 23 Eylül 2026’da doğrulandı. **Geri**
2. Google Ads Yardım Merkezi, “Link a Google Ads account to Merchant Center”, <https://support.google.com/google-ads/answer/12499498>, 23 Eylül 2026’da doğrulandı. **Geri**

Tam kitap 58 sayfa

Elindeki örnek, **Google Ads: Alışveriş ve Performance Max** kitabının ön sözü ve ilk bölümüdür.

Tam kitapta 15 bölüm ve 6 ek var: denetim listesi, şablonlar, hesap örnekleri, terimler sözlüğü ve tarihli kaynakça.

Satın alanlar güncellemeleri ücretsiz alır. Kitap baskı PDF, mobil PDF, Word ve EPUB olarak teslim edilir.

teknoweb.net/akademi

info@teknoweb.net

+90 850 840 88 60

TeknoWeb Teknoloji Dış Ticaret Limited Şirketi

Cevizli, Ritim İstanbul, Zuhal Cd. A5 Blok No: 46 E 179,
34846 Maltepe / İstanbul

© 2026 TeknoWeb. Tüm hakları saklıdır. Bu örnek dosya serbestçe paylaşılabilir; içeriği değiştirilemez ve satılamaz.