

Klinik Reklam Bütçesi Hesaplama Şablonu 2026

Klinik için Meta Ads ve Google Ads bütçe planlama, ROAS hesaplama, kampanya optimizasyon şablonları.

1. Bütçe Çerçevesi

Klinik için reklam bütçesi 3 katmanda planlanmalıdır.

Katman	Oran	Amaç
Marka farkındalığı	%30	Klinik adının duyurulması, marka inşası
Performans (randevu)	%60	Direkt dönüşüm — randevu, WhatsApp mesajı
Remarketing	%10	Daha önce siteyi ziyaret eden kullanıcılar

2. Klinik Ölçeğine Göre Bütçe Önerileri

Klinik Ölçeği	Aylık Minimum	Aylık Optimal	Aylık Maksimum
Tek hekim klinik	15.000 TL	30.000 TL	50.000 TL
Küçük klinik (2-3 hekim)	25.000 TL	50.000 TL	90.000 TL
Orta ölçek klinik	40.000 TL	80.000 TL	150.000 TL
Büyük klinik / zincir	80.000 TL	150.000 TL	300.000 TL+
Sağlık turizmi	60.000 TL	120.000 TL	250.000 TL+

Not: Rakamlar 2026 Haziran baz alındı. Yıllık enflasyon ayarlaması yapılmalıdır.

3. Platform Dağılımı

Platform	Oran	Klinik için uygunluk
Google Ads (Search)	%35	Hasta arama niyeti yüksek — En yüksek dönüşüm
Meta Ads (Instagram + FB)	%40	Görsel içerik avantajı, geniş kitle
Google Ads (Display)	%10	Remarketing için ideal
YouTube Ads	%10	Hekim tanıtım için güçlü
TikTok Ads	%5	Genç hedef kitle için test

4. ROAS Hesaplama

ROAS (Return on Ad Spend) = Reklam Gelirleri / Reklam Harcaması

Klinik için ROAS değerlendirmesi:

ROAS	Değerlendirme
1.0 - 2.0	Zayıf — başabaş veya kar marjı düşük
2.0 - 3.0	Orta — kar marjı var ama optimize edilmeli
3.0 - 5.0	Sağlıklı — sürdürülebilir performans
5.0+	Mükemmel — ölçek artırılabilir

Hesaplama Örneği

Aylık reklam harcaması: 30.000 TL

Aylık reklam kaynaklı randevu: 60

Randevu başına ortalama gelir: 2.500 TL

Toplam reklam geliri: $60 \times 2.500 = 150.000$ TL

ROAS = $150.000 / 30.000 = 5.0$ (Mükemmel)

5. Aylık Performans Takip Şablonu

Metrik	Hedef	Gerçekleşen	Sapma
Toplam harcama	—	—	—
Toplam gösterim	—	—	—
Toplam tıklama	—	—	—
CTR (tıklama oranı)	%	%	%
CPC (tıklama maliyeti)	TL	TL	TL
Conversion (randevu)	—	—	—
CPA (randevu maliyeti)	TL	TL	TL
Conversion Rate	%	%	%
ROAS	—	—	—

6. Optimizasyon Kontrol Listesi

- CTR %1'in altındaysa — Reklam metni veya görsel zayıf, değiştir
- CPC yüksekse — Hedefleme dar veya rekabet yüksek, anahtar kelime çeşitlendir
- Conversion Rate %3 altındaysa — Landing page sorunlu, optimizasyon gerekli
- CPA hedef randevu marjından yüksekse — Kampanyayı yeniden değerlendir veya durdur
- ROAS 2.0 altındaysa — Strateji baştan gözden geçirilmeli
- Mevzuata aykırı içerik — Hemen durdur, reklam kabul edilmez veya ceza gelir

Hakkında

Bu şablon BTL WORKS klinik reklamcılık deneyimlerinden derlenmiştir. Klinik için her durum benzersizdir; rakamlar referans alınmalı, kendi kliniğiniz için optimize edilmelidir.

İletişim: info@btlworx.com · **Web:** btlworx.com