Reklamını tahminle değil, *rakipten öğrenerek* yaz

Videodaki 3 adım ve kullandığım komutlar: Claude ile 30 rakibin Meta Reklam Kütüphanesi'ni analiz et, Cowork'te kendi siten için kreatif üret, Chrome eklentisiyle Reklam Yöneticisi'ne hazırla. 12 sektör için arama terimleri ve komut ekleri.

Önce genel kısım, *sonra* kendi sayfan.

01 Genel bölümdeki 3 komutu sırayla kullan: önce analiz, sonra kreatif, en son Reklam Yöneticisi.

02 Köşeli parantezli alanları kendi bilginle doldur; sektör sayfandaki arama terimlerini 1. komuta, komut ekini 2. komutun sonuna ekle.

03 Çıkan kreatifleri kontrol listesinden geçir. Reklamı yayına almadan önce bütçeyi ve hedeflemeyi kendin kontrol et.

04 Amaç kopyalamak değil: pazarda çalışan kalıbı anlayıp kendi işine uyarlamak.

SEKTÖRLER

Spor salonu s. 5
Kafe-restoran s. 6
Kuaför-güzellik salonu s. 7
Butik mağaza / e-ticaret s. 8
Emlak ofisi s. 9
Oto galeri s. 10
Butik otel s. 11
Kurs / eğitmen s. 12
Düğün organizasyonu s. 13
İç mimar s. 14
Fotoğrafçı s. 15
Pilates stüdyosu s. 16

Herkes için *ortak* kısım

NEDEN RAKİBİN AYLARDIR DÖNEN REKLAMI?

Reklam para harcatır. Bir işletme aynı reklamı aylarca kapatmıyorsa, büyük ihtimalle o reklam ona müşteri getiriyordur. Tek reklama değil, birkaç rakipte tekrar eden kalıba bak. Meta Reklam Kütüphanesi (facebook.com/ads/library), Facebook ve Instagram'da yayındaki reklamları herkese açık gösteren ücretsiz bir arşiv: reklamın kendisini ve yayın başlangıç tarihini görürsün. Claude bu arşivi senin yerine tarayıp özetleyebilir; Cowork, Claude'un masaüstünde dosya ve sitelerle çalışan aracı; Claude in Chrome ise tarayıcında senin adına tıklayan eklentisi.

1. KOMUT: REKLAM KÜTÜPHANESİ ANALİZİ (CLAUDE)

```
Meta Reklam Kütüphanesi'nde (facebook.com/ads/library, ülke: Türkiye)
[şehir / semt]'teki 30 farklı [sektör] işletmesinin aktif reklamlarını incele.
Arama terimleri: [sektör sayfasındaki terimler]
En az 2-3 aydır yayında olan reklamlara öncelik ver.
Şunları çıkar:
1. Şu an çalışan en yaygın kancalar (ilk satır, ilk 3 saniye)
2. En sık görülen teklifler (fiyat, deneme, kampanya, garanti)
3. Kreatif stratejiler (video mu görsel mi, yüz var mı, yazı dili)
Her maddede kaç rakipte gördüğünü yaz. Rakiplerin adını ve sloganını özetine koyma.
```

2. KOMUT: KENDİ SİTEN İÇİN KREATİF (COWORK)

```
Sitem: [site adresi]. Sattığım: [hizmet / ürün, fiyat aralığı].
Yukarıdaki analizde pazarda kanıtlanmış kancaları, teklifleri ve kreatif
stratejileri kullan.
Sitemdeki her ana hizmet / ürün için 3 reklam kreatifi hazırla:
ilk satır, ana metin (en fazla 3 cümle), buton yazısı, görsel ya da video fikri.
Kural: Rakiplerin cümlelerini, marka adlarını, görsellerini kullanma.
Sitemde olmayan vaat uydurma; emin olmadığın yere [DOĞRULA] yaz.
[sektör sayfasındaki komut eki]
```

3. KOMUT: REKLAM YÖNETİCİSİ'NE HAZIRLA (CLAUDE İN CHROME)

```
Meta Reklam Yöneticisi'nde (adsmanager.facebook.com) yeni bir kampanya taslağı aç.
Amaç: [mesaj / site trafiği / potansiyel müşteri]. Günlük bütçe: [tutar] TL.
Konum: [şehir / semt + km]. Yaş: [aralık].
Onayladığım kreatifleri yükle, metinleri yaz, hedef adres olarak [site adresi]
bağla.
Her şeyi taslak olarak bırak; YAYINLA düğmesine basma.
Bittiğinde neyi doldurduğunu madde madde bana özetle.
```

YAYINA ALMADAN ÖNCE KONTROL

- Her vaadin sitende bir karşılığı var mı: fiyat, süre, koşul? [DOĞRULA] yazan her yeri kendin doldurdun mu?
- Rakibin bir cümlesi, sloganı ya da marka adı taslağa sızmış mı? Varsa yeniden yazdır.
- 'En iyi', 'en ucuz' gibi kanıtlayamadığın üstünlük iddiasını çıkar.
- Bütçe, konum ve tarih aralığını Reklam Yöneticisi'nde kendin gözden geçir; yayına alma kararı senin.

> Telif ve marka: Rakibin görselini, logosunu, marka adını ve birebir cümlelerini kullanma; senin aldığın şey kalıp. Rakibi adıyla anan karşılaştırmalı reklam Türkiye'de sıkı kurallara bağlı. Diş hekimi, psikolog, diyetisyen gibi sağlık meslekleri ve avukatlar için reklam kısıtlı; bu yöntem yerine bilgilendirici içerik öneriyoruz.

01 Spor salonu

Spor salonu reklamları yeni yıl ve yaz öncesi gibi dönemlerde çoğalır. Aylardır dönen reklam ise genelde dönemsel değil, her ay çalışan bir teklif taşır; onu ara. Rakibin teklifini değil, hangi kaygıya cevap verdiğini not et.

KÜTÜPHANEDE ARANACAK TERİMLER

- spor salonu [semt]
- fitness [şehir]
- kadınlara özel spor salonu
- kişisel antrenör [şehir]
- üyelik kampanyası
- ücretsiz deneme dersi

SIK RASTLANAN VAAT KALIPLARI

- Giriş engelini düşüren teklif: ücretsiz deneme günü, ilk aya özel fiyat.
- Tesis turu videosu: ekipman, soyunma odası, sakin saatler.
- 'Yeni başlayana program' vaadi: salonda yalnız kalmayacaksın mesajı.
- Üye dönüşüm hikâyesi, çoğu zaman üyenin kendi anlatımıyla.
- Kalabalık olmayan saatleri ya da kadınlara özel alanı öne çıkaran rahatlık vaadi.

KOMUT EKİ

```
Sektör notu: Spor salonu, [semt].
Bir taslak deneme gününe, bir taslak tesisin kendisine, bir taslak yeni başlayanın
kaygısına odaklansın.
Kilo ya da süre vaadi ('30 günde X kilo' gibi) kullanma.
Görsel fikrini kendi salonumda telefonla çekilebilecek şekilde öner.
İlk satır, salona hiç gitmemiş birinin kaygısıyla başlasın.
```

> Önce/sonra görseli kullanacaksan üyenin yazılı iznini al. Meta, beden görünüşü üzerinden kötü his yaratan reklamları kısıtlayabilir; 'göbeğinden kurtul' dili yerine kazanılan şeye odaklan. Ücretsiz deneme veriyorsan koşulunu (kaç gün, kimler için) reklamda açıkça yaz.

02 Kafe-restoran

Restoran reklamında kazanan çoğu zaman iştah açan tek bir görüntü ve net bir sebeptir: yeni menü, pazar kahvaltısı, etkinlik akşamı. Rakibin hangi ürünü aylardır öne çıkardığına bak. Fiyatı değil, hangi anı sattığını not et.

KÜTÜPHANEDE ARANACAK TERİMLER

- kahvaltı [semt]
- restoran [şehir]
- brunch [şehir]
- paket servis [semt]
- canlı müzik [şehir]
- kafe [semt]

SIK RASTLANAN VAAT KALIPLARI

- Yakın çekim yemek videosu: buhar, kesit, döküm anı.
- Belirli gün ya da saat teklifi: hafta içi öğle menüsü, pazar kahvaltısı.
- Mekân atmosferi: masa düzeni, ışık, manzara.
- Rezervasyon ya da yol tarifi çağrısı.
- Mevsimlik ürün: kışın sıcak içecek, yazın teras.

KOMUT EKİ

```
Sektör notu: Kafe-restoran, [semt].
Her taslak tek bir ürüne ya da tek bir ana odaklansın (ör. pazar kahvaltısı).
Görsel fikri mekânda telefonla çekilebilecek yakın plan olsun.
Butonu rezervasyon ya da yol tarifi üzerine kur.
Menümde olmayan ürünü ve fiyatı yazma. Menüm: [menü / fiyat listesi]
İlk satır bir gün ya da saat söylesin (ör. 'Pazar sabahı').
```

> 'Şehrin en iyi kahvaltısı' gibi üstünlük iddiaları kanıt ister; kanıtlayamıyorsan yazma. Başka mekânın yemek fotoğrafını 'örnek' diye bile reklamda kullanma. Reklamdaki saat ve fiyat menüdekiyle aynı olmalı; menü değişince reklamı da güncelle.

03 Kuaför–güzellik salonu

Güzellik reklamında karar, işin sonucunu gösteren görüntüde verilir. Rakibin aylardır hangi hizmeti öne çıkardığına bak; o hizmet muhtemelen ona en çok müşteri getirenlerden biri. Sonucu gösteren görüntünün hangi açıdan, hangi ışıkta çekildiğini de not et.

KÜTÜPHANEDE ARANACAK TERİMLER

- kuaför [semt]
- saç boyama [şehir]
- gelin saçı [şehir]
- manikür [semt]
- keratin bakım
- kaş laminasyon

SIK RASTLANAN VAAT KALIPLARI

- İşlem süreci videosu, sonunda net sonuç.
- İlk ziyarete özel fiyat ya da hediye bakım.
- Uzmanın kendini ve işini anlattığı kısa video.
- Sezon teklifi: düğün sezonu, bayram öncesi.
- Doluluk vurgusu: 'bu hafta son yerler'.

KOMUT EKİ

```
Sektör notu: Kuaför-güzellik salonu, [semt].
Bir taslak süreç videosuna, bir taslak ilk ziyaret teklifine, bir taslak uzmanın
kendini anlattığı videoya uygun olsun.
'Kalıcı', 'garantili', 'acısız' gibi kesin sonuç vaatleri kullanma.
Görsel fikri yalnız kendi müşterimin izinli fotoğrafı ya da videosu olsun.
Fiyat yazacaksan yalnız şu listeden al: [hizmet ve fiyat listesi]
```

> Lazer epilasyon gibi tıbbi cihazla yapılan işlemler sağlık mevzuatına girer; bunları reklama koymadan önce kuralları kontrol et. Müşteri fotoğrafını reklamda kullanmak için açık, yazılı izin al. 'Son yerler' gibi baskı cümlelerini yalnız gerçekten doğruysa kullan.

04 Butik mağaza / e-ticaret

E-ticarette uzun süre dönen reklamlar çoğu zaman tek bir ürüne ya da tek bir kombine odaklanır. Kalıbı ürün olarak değil, sunuş biçimi olarak al. Rakibin ürününe değil, ürünü nasıl ve kime gösterdiğine bak.

KÜTÜPHANEDE ARANACAK TERİMLER

- butik giyim
- online butik
- [ürün türü] kadın
- el yapımı [ürün]
- kargo bedava
- yeni sezon [ürün türü]

SIK RASTLANAN VAAT KALIPLARI

- Ürünü kullanılırken ya da üzerinde gösteren kısa video.
- Güven vaadi: hızlı kargo, kolay iade, kapıda ödeme.
- Yeni koleksiyon ya da sınırlı stok vurgusu.
- Müşteri yorumunun ekran görüntüsü.
- Beden ya da ölçü kaygısını gideren bilgi: model boyu, beden tablosu.

KOMUT EKİ

```
Sektör notu: Butik mağaza / e-ticaret.
Ürünüm: [ürün adı, fiyat, malzeme]. Kargo ve iade koşulum: [koşul]
Bir taslak ürünün kullanımına, bir taslak güven koşullarına (kargo, iade), bir
taslak kombin önerisine odaklansın.
Stok ya da süre baskısını yalnız gerçekse kullan; değilse yazma.
Görsel fikri ürünü gerçek bir kullanımda göstersin; stüdyo çekimi şart değil.
```

> İndirim yazıyorsan indirim öncesi fiyatın gerçek olması gerekir; Türkiye'de indirimli satış reklamları kurallara bağlı. Müşteri yorumunu reklamda kullanacaksan izin al, adını kapat. Başka markanın ürün fotoğrafını ya da mankenini kullanma; kendi ürününü kendin çek.

05 Emlak ofisi

Emlak reklamlarında iki tür öne çıkar: tek bir portföyü gezdiren video ve 'evini satmak istiyorsan' diye mal sahibine seslenen reklam. Rakibin hangisine aylardır para harcadığına bak. Portföy değişir, kalıp kalır; kalıbı not et.

KÜTÜPHANEDE ARANACAK TERİMLER

- satılık daire [semt]
- kiralık daire [semt]
- emlak ofisi [şehir]
- evini sat
- ücretsiz değerleme
- yatırımlık daire [şehir]

SIK RASTLANAN VAAT KALIPLARI

- Daire içi tur videosu, plan ve metrekare bilgisiyle.
- Mal sahibine ücretsiz değer tespiti teklifi.
- Bölge uzmanlığı: 'bu semti sokak sokak biliyoruz' anlatımı.
- Yatırım getirisi vaadi (dikkat isteyen kalıp).
- Danışmanın kendi yüzüyle anlattığı kısa bölge videosu.

KOMUT EKİ

```
Sektör notu: Emlak ofisi, [semt].
Bir taslak tek portföy tanıtımı, bir taslak mal sahibine değer tespiti teklifi, bir
taslak bölge uzmanlığı olsun.
Kira getirisi ya da değer artışı için rakam ve garanti verme.
İlanda bulunması gereken zorunlu bilgiler için [yetki belgesi no] alanı bırak.
Portföy bilgisini yalnız şuradan al: [metrekare, oda, kat, fiyat]
```

> Emlak ilanlarında yetki belgesi numarası gibi zorunlu bilgiler var; reklamı yayınlamadan kontrol et. Başka ofisin portföy fotoğrafını kullanma. Getiri vaadi yanıltıcı reklam sayılabilir. Fotoğrafta komşu daire, plaka ya da kişi görünüyorsa yayından önce kapat.

06 Oto galeri

Galeri reklamlarında araç sürekli değişir, güven vaadi sabit kalır: ekspertiz, takas, şeffaf geçmiş. Aylardır dönen reklamlarda bu sabit kısmı ara. Tek tek araç ilanlarını değil, galerinin kendini anlattığı reklamları ayır. Güveni anlatan reklam, araç satılsa bile yayında kalabilir.

KÜTÜPHANEDE ARANACAK TERİMLER

- ikinci el araç [şehir]
- oto galeri [şehir]
- takaslı araç
- ekspertizli araç
- [marka] satılık [şehir]
- araç alım satım

SIK RASTLANAN VAAT KALIPLARI

- Araç tanıtım videosu: dış, iç, kilometre göstergesi.
- Takas teklifi: 'aracını getir, değerlendirelim'.
- Ekspertiz raporu ve hasar kaydı şeffaflığı.
- Kredi ya da taksit imkânı.
- Galeriyi, ekibi ve yıllardır aynı yerde olduğunu anlatan video.

KOMUT EKİ

```
Sektör notu: Oto galeri, [şehir].
Bir taslak tek araç tanıtımı, bir taslak takas teklifi, bir taslak ekspertiz ve
şeffaflık vurgusu olsun.
Kredi, faiz ve taksit için rakam yazma; [finans koşulu] alanı bırak.
Araç bilgisini yalnız şuradan al: [marka, model, yıl, km, fiyat]
Bir taslağın ilk satırı, ikinci el alırken duyulan 'kandırılır mıyım?' kaygısıyla
başlasın.
```

> Kredi ve taksit vaadi finans mevzuatına takılabilir; koşulları yazmadan önce doğrula. Otomobil markasının resmî reklam görsellerini kullanma, kendi çektiğin fotoğrafı kullan. Hasar kaydı ya da ekspertiz için 'temiz' diyorsan raporu müşteriye gösterebilmelisin.

07 Butik otel

Otel reklamında asıl rakip çoğu zaman komşu otel değil, OTA'lar (Booking gibi aracı rezervasyon siteleri). Aylardır dönen butik otel reklamları genelde doğrudan rezervasyona bir sebep verir. Rakibin hangi sezonu ve hangi misafiri hedeflediğine de bak. Fotoğraf güzelliği tek başına yetmez; misafire neden doğrudan senden alması gerektiğini söylemen gerekir.

KÜTÜPHANEDE ARANACAK TERİMLER

- butik otel [şehir]
- [bölge] konaklama
- balayı oteli
- hafta sonu kaçamağı
- taş otel [bölge]
- [bölge] pansiyon

SIK RASTLANAN VAAT KALIPLARI

- Odadan manzara ya da sabah kahvaltısı videosu.
- Doğrudan rezervasyona özel avantaj: erken giriş, geç çıkış, ikram.
- Hafta sonu ya da balayı paketi.
- Misafir yorumundan tek bir cümle.
- Yakındaki deneyim: köy kahvaltısı, yürüyüş rotası, koy.

KOMUT EKİ

```
Sektör notu: Butik otel, [bölge].
Bir taslak oda ve manzara deneyimi, bir taslak doğrudan rezervasyon avantajı, bir
taslak hafta sonu paketi olsun.
Fiyat yazacaksan [tarih aralığı] ve [neler dahil] alanlarını bırak.
Buton: Rezervasyon yap. Hedef sayfa: [sitendeki rezervasyon sayfası]
İlk satır, misafirin otele değil o deneyime geldiğini hissettirsin.
```

> 'En uygun fiyat bizde' yazıyorsan OTA'lardaki fiyatınla gerçekten tutarlı olmalı. Misafir yorumunu reklamda kullanacaksan izin al. Başka otelin manzara fotoğrafını kullanma. Reklamdaki oda fotoğrafı, misafirin kalacağı odayla aynı olmalı.

08 Kurs / eğitmen

Kurs reklamında kararı veren çoğu zaman öğrenci değil: ya veli ya da işten arta kalan vaktini hesaplayan yetişkin. Rakip reklamın kime seslendiğini önce ayır. Veliye seslenen reklam güven, yetişkine seslenen reklam zaman vaat eder. Hangisine seslendiğini bilmeyen reklam ikisini de kaçırır.

KÜTÜPHANEDE ARANACAK TERİMLER

- İngilizce kursu [şehir]
- yazılım kursu [şehir]
- özel ders [ders adı]
- online kurs [konu]
- deneme dersi
- LGS hazırlık [semt]

SIK RASTLANAN VAAT KALIPLARI

- Ücretsiz deneme dersi ya da seviye tespiti.
- Eğitmenin kısa ders kesiti.
- Öğrenci başarı hikâyesi.
- Erken kayıt fiyatı.
- Esnek saat: akşam ve hafta sonu grupları, online seçenek.

KOMUT EKİ

```
Sektör notu: Kurs / eğitmen. Hedef kişi: [veli / yetişkin öğrenci]
Bir taslak deneme dersine, bir taslak eğitmenin ders kesitine, bir taslak dönem
takvimine odaklansın.
'Garantili başarı', 'kesin geçme' gibi sonuç vaadi kullanma.
Öğrenci başarısından söz edeceksen [izinli örnek] alanı bırak.
İlk satır, hedef kişinin en sık sorduğu soruyla başlasın: [en sık soru]
```

> Reşit olmayan öğrencinin fotoğrafını ya da sınav sonucunu velinin yazılı izni olmadan kullanma. Belgen yoksa 'sertifikalı', 'onaylı' gibi ifadeleri reklama koyma. Başka kursun öğrenci başarısını ya da sınav derecesini kendi reklamında anma.

09 Düğün organizasyonu

Düğün reklamında satılan şey bir gün değil, o günün hissi. Aylardır dönen reklamlar çoğu zaman gerçek bir organizasyondan kısa bir anı gösterir. Rakibin hangi bütçe grubuna seslendiğini görsellerinden çıkarabilirsin. Çift önce güven, sonra paket arar.

KÜTÜPHANEDE ARANACAK TERİMLER

- düğün organizasyonu [şehir]
- kına organizasyonu
- nişan organizasyonu [şehir]
- kır düğünü
- düğün mekânı [şehir]
- evlilik teklifi organizasyonu

SIK RASTLANAN VAAT KALIPLARI

- Gerçek bir düğünden kısa kurgu: hazırlık, giriş, ilk dans.
- Paket teklifi: mekân, süsleme, müzik bir arada.
- Tarih baskısı: 'gelecek sezon tarihleri açıldı'.
- Çiftin kendi yorumu.
- Rahatlık vaadi: 'siz yalnız eğlenin, gerisi bizde'.

KOMUT EKİ

```
Sektör notu: Düğün organizasyonu, [şehir].
Bir taslak gerçek bir organizasyondan kısa bir ana, bir taslak paket içeriğine, bir
taslak tarih planlamasına odaklansın.
Paket içeriğini yalnız şu listeden al: [paket kalemleri]
Fiyat yerine 'teklif al' diliyle yaz.
İlk satır, çiftin en büyük kaygısıyla başlasın: [ör. bütçe, zaman, misafir sayısı]
```

> Çiftin ve misafirlerin görüntüsünü reklamda kullanmak için yazılı izin al. Başka firmanın düğün videosunu kullanma. Videoda müzik varsa lisansını kontrol et; telifli müzik reklamda sorun çıkarabilir. Mekân fotoğrafı kullanıyorsan mekânın iznini al; mekân senin değilse seninmiş gibi sunma.

10 İç mimar

İç mimarlık reklamında güveni portföy kurar. Aylardır dönen reklamlar genelde ya önce/sonra dönüşümünü ya da süreci adım adım gösteren videolardır. Rakibin hangi bütçeye ve hangi oda tipine odaklandığını görsellerinden çıkar. Müşteri seni bir projenden değil, kendi evini hayal ettiren bir detaydan hatırlar.

KÜTÜPHANEDE ARANACAK TERİMLER

- iç mimar [şehir]
- ev dekorasyonu [şehir]
- mutfak tasarımı
- anahtar teslim tadilat
- banyo yenileme
- ofis tasarımı [şehir]

SIK RASTLANAN VAAT KALIPLARI

- Önce/sonra dönüşüm.
- Süreç anlatımı: ölçü, 3B çizim, uygulama.
- Ücretsiz keşif ya da ilk görüşme teklifi.
- Tek bir soruna odak: küçük mutfak, stüdyo daire, karanlık salon.
- Malzeme ve detay yakın çekimi: kulp, ahşap doku, ışık.

KOMUT EKİ

```
Sektör notu: İç mimar, [şehir].
Bir taslak önce/sonra, bir taslak süreç anlatımı, bir taslak ilk görüşme teklifi
olsun.
Süre ve bütçe için kesin rakam verme; [proje ölçeği] alanı bırak.
Görsel fikri yalnız kendi tamamladığım projelerden olsun: [proje listesi]
İlk satır, evdeki somut bir dertle başlasın (ör. 'Mutfağın dar mı?').
```

> Başka tasarımcının projesini ya da internette bulduğun bir görseli 'ilham' diye bile reklamda kullanma. Müşterinin evini göstereceksen izin al, adres anlaşılmasın. 3B çizimi gerçek uygulama gibi sunma; görselin çizim olduğunu belirt.

11 Fotoğrafçı

Fotoğrafçı reklamında ürün zaten görsel; farkı, kime seslendiğin yaratır. Rakibin aylardır hangi çekim türüne para harcadığına bak: düğün mü, ürün mü, aile mi? Tek kareye değil, rakibin aylardır hangi duyguyu sattığına odaklan. Aynı şehirde aynı çekim türünü satan iki fotoğrafçıdan, kaygıyı daha iyi okuyan öne geçer.

KÜTÜPHANEDE ARANACAK TERİMLER

- düğün fotoğrafçısı [şehir]
- dış çekim [şehir]
- ürün fotoğrafçısı
- yenidoğan çekimi
- aile fotoğrafı [şehir]
- kurumsal portre

SIK RASTLANAN VAAT KALIPLARI

- Kısa kamera arkası videosu.
- Çekim paketi: süre, kare sayısı, teslim süresi.
- Tek etkileyici kare ve 'tarihler doluyor' çağrısı.
- Müşteri yorumu.
- Teslim sonrası albüm ya da baskı tanıtımı.

KOMUT EKİ

```
Sektör notu: Fotoğrafçı. Odak: [çekim türü], [şehir]
Bir taslak kamera arkası, bir taslak paket içeriği, bir taslak tek kare ve kısa
hikâye olsun.
Teslim süresini ve kare sayısını yalnız şuradan al: [paket bilgisi]
Görsel fikri portfolyomdaki izinli çekimlerden seçilsin.
İlk satır, çekim gününün kaygısıyla başlasın: [ör. 'kameraya alışık değilim']
```

> Müşteri fotoğrafını reklamda kullanmak portfolyoda göstermekten farklıdır; reklam için ayrıca açık izin al. Çocuk ve bebek fotoğraflarında bu izni veliden yazılı al. Başka fotoğrafçının karesini ya da imza düzenleme stilini birebir taklit eden görsel kullanma.

12 Pilates stüdyosu

Pilates reklamlarında aylardır dönenler genelde deneme dersine çağırır. Rakibin paket fiyatına değil, ilk adımı nasıl kolaylaştırdığına bak. Deneme dersinin nasıl anlatıldığını ve kime seslendiğini not et. Çoğu insan pilatese 'ben yapamam' kaygısıyla uzak durur; iyi reklam bu kaygıyı ilk saniyede çözer.

KÜTÜPHANEDE ARANACAK TERİMLER

- pilates [semt]
- reformer pilates [şehir]
- mat pilates [semt]
- pilates deneme dersi
- pilates paket
- hamile pilatesi [şehir]

SIK RASTLANAN VAAT KALIPLARI

- Reformer üzerinde kısa hareket videosu.
- Deneme dersi ya da ilk derse özel fiyat.
- Küçük grup vurgusu: kalabalık yok, eğitmen seni görüyor.
- Eğitmen tanıtımı.
- Seans paketini aylık bir düzen olarak sunan teklif.

KOMUT EKİ

```
Sektör notu: Pilates stüdyosu, [semt].
Bir taslak deneme dersine, bir taslak küçük grup deneyimine, bir taslak eğitmen
tanıtımına odaklansın.
Sağlık iddiası ('bel fıtığını geçirir', 'duruşu düzeltir') kullanma.
Paket ve seans bilgisini yalnız şuradan al: [paket listesi]
İlk satır, pilatese hiç başlamamış birinin kaygısıyla başlasın.
```

> Hamile ya da rehabilitasyon dersi veriyorsan reklamda tedavi çağrışımından kaçın; bu alan sağlık mevzuatına yaklaşır. Rakip stüdyonun hareket videosunu kullanma, kendi stüdyonda çek. Rakibin eğitmenini ya da stüdyo adını reklamında anma.

Takıldığın yer *olursa* yaz.

Rakibin reklamı sana yön gösterir, yolu sen yürürsün. Taslakları denedikten sonra hangisinin işe yaradığını birlikte okumak istersen DijiKoçum'a yaz.

Bu rehberi Instagram'da yoruma **RAKIP** yazdığın için gönderdik. Sektörün listede yoksa DM'den yaz, en yakın sayfayı birlikte uyarlayalım.

Ücretsiz dijital *kontrol*

Sitene, Google ve yapay zekâ görünürlüğüne birlikte bakalım.

dijikocum.com/digital-checkup