



İhracatta B2B Pazarlama



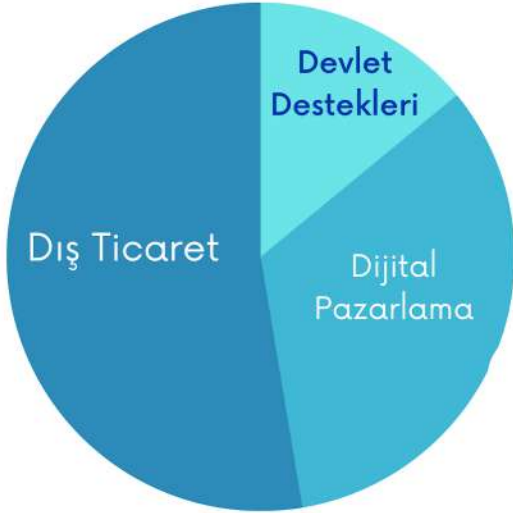
İÇİNDEKİLER

- 1.İhracatta B2B Pazarlama Rehberi
- 2.Önsöz
- 3.B2B Pazarlamanın Tarihçesi
- 4.B2B Pazarlamanın Önemi
- 5.B2B Pazarlama Stratejilerinde İhracatta Başarılı Olan Türk Şirketlerden Örnekler
- 6.B2B Pazarlamasında LinkedIn'in Önemi
- 7.Dünyadaki Önde Gelen B2B Platformlar
- 8.Ülke Ülke B2B Platformları
- 9.Etkili B2B Pazarlama Stratejisi Nasıl Olmalıdır?
- 10.Türk İhracatçıların B2B Stratejileri Nasıl Olmalıdır?



İhracat Mentorunuz

Küresel pazarları kazanmada devlet destekleri, dijital pazarlama ve ihracat danışmanlığıyla yanınızdayız.

[Bize Ulaşın](#)

İŞLETMENİZ EN ÇOK NEYE İHTİYAÇ DUYUYOR?

İşletmelerin

- %15'i devlet destekleri,
- %35'i dijital pazarlama,
- %55'i dış ticaret

konusunda desteğe ihtiyaç duyuyor.

BİZİ TANIYIN

İhracat Mentorunuz BAZ Girişim 2021 yılında Ankara'da ülkemiz firmalarına küresel pazarları kazanmada devlet destekleri, dijital pazarlama ve ihracat danışmanlığı hizmetleri sunmak üzere kurulmuştur.



ÖNSÖZ



İhracat Mentorunuz BAZ Girişim olarak, ihracata ilişkin rehberleri hazırlamaya devam ediyoruz. Amacımız, işletmelerin ihracatta başarı elde etmesine yardımcı olmak ve onların global vizyonlarını gerçeğe dönüştürmektir. Bu nedenle, ihracatta B2B pazarlamanın etkili kullanımına dair bir rehber hazırlama kararı aldık.

B2B pazarlama, uluslararası ticaretin temel bileşenlerinden biri. Bu nedenle, bu rehberde, size hem bu alandaki en etkili stratejileri anlatacak hem de bu stratejilerin uygulamada nasıl işlediğini göstereceğiz. Bu bilgiler ışığında, işletmenizin potansiyelini tam anlamıyla keşfedebilir ve uluslararası pazarda hak ettiği başarıyı elde edebilirsiniz.

Her işletmenin kendine özgü hedefleri ve ihtiyaçları olduğunu biliyoruz. Bu nedenle, bu rehberi bir başlangıç noktası olarak görmeyi ve kendi hedeflerinize ve ihtiyaçlarınıza uygun şekilde uyarlamalar yapmanızı öneririz.

Umarız, bu rehber size ihracatta B2B pazarlamada başarıya ulaşmanızda yardımcı olur. İyi okumalar ve başarılar dileriz.

Abdullah OSKAY
BAZ Girişim Kurucusu



B2B PAZARLAMANNIN TARİHÇESİ

B2B pazarlama, bir işletmenin başka bir işletmeye hizmet veya ürün satmasını ifade eder. İlk zamanlarda, bu tür işlemler genellikle kişisel ilişkiler ve sözlü anlaşmalar üzerine kuruluydu. Ancak 20. yüzyılın sonlarına doğru teknolojik ilerlemeler, özellikle internetin yaygınlaşmasıyla, B2B pazarlama daha organize, ölçülebilir ve etkin bir hale geldi. Bugün, B2B pazarlama; e-posta, sosyal medya, SEO ve içerik pazarlaması gibi dijital taktikleri içerir.

Günümüzde yaygın olarak kullanılan ve teknolojinin içerildiği B2B pazarlama çeşitleri aşağıdadır.

1. E-posta: E-posta pazarlaması, potansiyel müşterilere ve mevcut müşterilere doğrudan iletişim kurmak için elektronik posta kullanımını içerir. Özelleştirilmiş e-posta kampanyaları yoluyla hedef kitlenin ilgisini çekmek, bilgilendirmek ve işbirliği fırsatları sunmak için etkili bir yöntemdir.

2. Sosyal medya: B2B pazarlama stratejisi içinde sosyal medya, işletmelerin hedef kitleleriyle etkileşim kurmasına ve marka bilinirliğini artırmaya yardımcı olur. İşletmeler, profesyonel ağlar (LinkedIn), sektörel gruplar ve platformlar aracılığıyla potansiyel müşterilere erişebilir, içerik paylaşabilir ve ilişkiler kurabilir.

3. SEO (Arama Motoru Optimizasyonu): SEO, işletmelerin web sitelerini ve içeriklerini arama motorlarında daha görünür hale getirmek için kullanılan stratejik bir yöntemdir. Anahtar kelime araştırması, içerik optimize etme ve backlink oluşturma gibi tekniklerle işletmeler, arama sonuçlarında üst sıralarda yer alarak potansiyel müşterilere ulaşabilir.

4. İçerik pazarlaması: İçerik pazarlaması, bilgilendirici ve değerli içerikler oluşturarak hedef kitlenin ilgisini çekmeyi amaçlar. Eğitici blog yazıları, e-kitaplar, beyaz kitaplar, videolar ve infografikler gibi içerikler aracılığıyla işletmeler, sektörel otorite oluşturabilir, güven kazanabilir ve potansiyel müşterilerin dikkatini çekebilir.

Bu dijital taktikler, B2B pazarlamada etkili bir şekilde kullanılarak işletmelere geniş bir kitleye erişim sağlama, marka bilinirliği artırma, potansiyel müşterilerle etkileşim kurma ve sonuç olarak satışları artırma fırsatı sunar.

İhracat Mentorunuz BAZ Girişim olarak Dijital İhracat Pazarlaması Rehberini hazırlamıştık. Bu hususlara belirtilen rehberden ayrıca ulaşabilirsiniz.
<https://bit.ly/44qwzfl>

[https://www.bazgirisim.com/upload/content/Dijital%20İhracat%20Pazarlaması%20Rehberi%20\(1\)_compressed.pdf](https://www.bazgirisim.com/upload/content/Dijital%20İhracat%20Pazarlaması%20Rehberi%20(1)_compressed.pdf)

B2B pazarlama, işletmeler arası ürün veya hizmet satışını ifade eder ve günümüzde e-posta, sosyal medya, SEO ve içerik pazarlaması gibi dijital taktikler içerir.



B2B PAZARLAMANIN ÖNEMİ

B2B Pazarlamanın Önemi

Ülkemizde toptan pazarlama olarak halk dilinde sıkça kullanılan B2B pazarlama, geniş kitlelere hitap eden işletmeden nihai tüketiciye olan B2C pazarlamadan farklıdır. B2B pazarlama, genellikle daha uzun satış süreçlerini ve daha yüksek değerli işlemleri içerir. B2B pazarlamayı etkili bir şekilde uygulamak, bir işletmenin hedeflerine ulaşmasına yardımcı olur, satışlarını artırır ve marka bilinirliğini güçlendirir. Ayrıca, etkin B2B pazarlama stratejileri, işletmelerin rekabet avantajı kazanmasına ve endüstri lideri olarak konumlanmasına yardımcı olur.

B2B Pazarlama Stratejilerinde İhracatta Başarılı Olan Türk Şirketlerden Örnekler

Türkiye'de birçok şirket, etkili B2B pazarlama stratejileri ile ihracatta büyük başarılar imza attı. Bunlardan biri olan Arçelik, dijital pazarlama stratejilerini kullanarak dünya çapında bilinirliğini artırdı ve global pazarda güçlü bir konum elde etti. Vestel ise, sosyal medya ve içerik pazarlamasını kullanarak, marka imajını güçlendirdi ve uluslararası müşteri tabanını genişletti. Bunun yanında, Kordsa Global, teknik tekstil ürünlerinde dünya lideri olmak için B2B pazarlama stratejilerini etkin bir şekilde uyguladı.

B2B Pazarlamasında LinkedIn'in Önemi

LinkedIn, B2B pazarlama için en etkili platformlardan biridir. İşletmeler ve profesyoneller arasında bağlantı kurmayı kolaylaştırır, bu da işletmelerin hedef kitlelerini daha doğrudan hedeflemesine olanak sağlar. LinkedIn, B2B pazarlama kampanyaları için ideal bir platformdur çünkü kullanıcıları genellikle işle ilgili içerik ararlar ve bu platform üzerinden yeni iş fırsatları, ürünler ve hizmetler bulmayı amaçlarlar. LinkedIn'in içerik paylaşımı, grup tartışmaları, mesajlaşma ve reklam hizmetleri gibi özellikleri, işletmelerin hedef kitleleriyle etkileşime geçmelerini ve marka bilinirliklerini artırmalarını sağlar. Detaylı bilgi için LinkedIn ile İhracat Rehberimize bakabilirsiniz.

[https://www.bazgirisim.com/upload/content/Linkedin%20ile%20ihracat%20Rehberi%20\(2\)_compressed%20\(1\).pdf](https://www.bazgirisim.com/upload/content/Linkedin%20ile%20ihracat%20Rehberi%20(2)_compressed%20(1).pdf)

Türkiye'deki Arçelik, Vestel ve Kordsa Global gibi şirketler, B2B stratejileriyle ihracatta başarılı olmuştur. LinkedIn, B2B pazarlama için etkili bir platformdur.



DÜNYADAKİ ÖNDE GELEN B2B PLATFORMLAR

B2B pazarlama, işletmeler arasındaki ticari işlemleri kolaylaştırmak için tasarlanmış çeşitli platformlar aracılığıyla da gerçekleştirilir.

- **Alibaba:** Çin merkezli bir e-ticaret platformu olan Alibaba, hem B2B hem de B2C pazarlara hizmet eder. Çeşitli sektörlerden milyonlarca ürünü içerir.
- **Global Sources:** Global Sources, özellikle elektronik ve hobi ürünleri olmak üzere çeşitli sektörlerden ürünler sunan bir B2B platformudur.
- **ThomasNet:** ThomasNet, Kuzey Amerika merkezli bir B2B platformudur. Sanayi malzemeleri, bileşenler ve hizmetler konusunda geniş bir ürün yelpazesi sunar.
- **EUROPAGES:** Avrupa merkezli bir B2B platformu olan EUROPAGES, çok dilli ve çeşitli sektörlerden ürünler sunar.
- **Made-in-China:** Bu site, Çin'de üretilen ürünleri ve hizmetleri sunar.
- **IndiaMART:** IndiaMART, Hindistan merkezli bir B2B platformudur ve geniş bir ürün ve hizmet yelpazesi sunar.

B2B pazarlamada yapılan en büyük yanlış, tüm işletmelerin aynı olduğu ve standart bir mesajla tümüne hitap edilebileceği varsayımdır.



ÜLKE ÜLKE B2B PLATFORMLARI

- **ABD:** Amazon Business ve ThomasNet bu ülkedeki popüler B2B platformları arasında yer alır.
- **Çin:** Alibaba ve Global Sources, Çin'deki B2B ticaretinde öne çıkan platformlardır.
- **Japonya:** Japan B2B Marketplace ve Rakuten, Japonya'nın önde gelen B2B platformlarıdır.
- **Almanya:** Wer Liefert Was ve Europages, Almanya'da popüler olan B2B platformlarıdır.
- **Birleşik Krallık:** Applegate ve Approved Business, İngiltere'deki önemli B2B platformlarıdır.
- **Fransa:** Europages ve Kompass, Fransa'da yaygın olarak kullanılan B2B platformlarıdır.
- **Hindistan:** IndiaMART ve TradeIndia, Hindistan'daki öne çıkan B2B platformlardır.
- **Kanada:** Scott's Directories ve FRASERS, Kanada'da popüler olan B2B platformlarıdır.
- **Brezilya:** Brazil B2B Marketplace ve Mercado Libre, Brezilya'da yaygın olarak kullanılan B2B platformlarıdır.
- **Rusya:** AliRadar ve Rusmarket, Rusya'da popüler B2B platformlarıdır.

Farklı ülkelerde B2B pazarlaması yaparken, en dikkat edilmesi gereken konu o ülkenin kültürel, yasal ve ekonomik özelliklerine, iş pratiklerine ve müşteri beklentilerine derinlemesine anlayış ve duyarlılık göstermektir.

ÜLKE ÜLKE B2B PLATFORMLARI

- **Avustralya:** Australia's Industrial ve Greenfinder, Avustralya'da öne çıkan B2B platformlarıdır.
- **Güney Kore:** EC21 ve GobizKorea, Güney Kore'deki önemli B2B platformlarıdır.
- **Meksika:** SoloStocks ve Mercado Libre, Meksika'da popüler olan B2B platformlarıdır.
- **Hollanda:** Kompass ve Europages, Hollanda'daki önde gelen B2B platformlarıdır.
- **Suudi Arabistan:** SaudiYP ve Daleeli, Suudi Arabistan'daki öne çıkan B2B platformlarıdır.
- **Türkiye:** TurkishExporter, Türkiye'deki popüler B2B platformudur. Bu platformlar, yerel işletmelerin ürünlerini uluslararası alıcılara sunmalarını sağlar ve geniş bir yelpazede sektörleri kapsar.



ÜLKE ÜLKE B2B PLATFORMLARI

İlk olarak, işletmenin iletişim kuracağı hedef kitlenin tam olarak kim olduğunu belirlemesi gerekir. Bu, hangi endüstrilerle çalıştıklarını, ideal müşterilerinin kim olduğunu ve bu kişilerin hangi sorunları çözmeye çalıştığını anlamayı içerir.

İkinci olarak, işletmenin sunduğu değeri netleştirmesi gerekir. Bu, işletmenin ne sunduğunu ve bunun potansiyel müşteriler için neden değerli olduğunu açıkça ifade etmeyi gerektirir. Bu değer önerisi, web sitesinden blog yazılarına, sosyal medya gönderilerine ve tüm diğer pazarlama materyallerine kadar her yerde tutarlı olmalıdır.

Dijital varlıkların da optimize edilmesi gerekir. Web siteniz, sosyal medya profilleriniz ve e-posta pazarlama kampanyalarınız, potansiyel müşterilerin sizinle iletişim kurmalarını ve sizin hakkınızda bilgi edinmelerini sağlar. Bu varlıkların kullanıcı dostu, hedef kitleye hitap eden ve arama motorları için optimize edilmiş olması önemlidir.

İçerik pazarlaması da B2B dijital pazarlama stratejisinin önemli bir parçasıdır. İçerik pazarlama, değerli ve alakalı içerik oluşturarak ve paylaşarak hedef kitleyi çekmeyi ve onları eyleme geçmeye teşvik etmeyi hedefler. Bu, blog yazıları, e-kitaplar, web seminerleri ve diğer formatlarda olabilir.

Verinin kullanımı da önemlidir. İşletmelerin pazarlama çabalarının etkinliğini ölçmek ve iyileştirmek için veriyi kullanmaları gerekir. Bu, web sitesi analitiği, e-posta açılış oranları, sosyal medya etkileşimi ve diğer performans göstergelerini içerebilir.

Son olarak, müşteri ilişkilerinin yönetilmesi gerekiyor. CRM (Müşteri İlişkileri Yönetimi) sistemleri, müşteri etkileşimlerini izlemeye ve yönetmeye yardımcı olabilir, bu da daha kişiselleştirilmiş hizmet sunmayı ve müşteri sadakatini artırmayı sağlar.

Unutmayın, her işletmenin kendi özgün ihtiyaçları ve hedefleri vardır, bu yüzden stratejiniz işletmenizin hedeflerine, müşteri tabanına ve pazardaki konumuna uygun olmalıdır.

TÜRK İHRACATÇILARIN B2B STRATEJİLERİ NASIL OLMALIDIR?

Bir ihracatçının ilk adımı genellikle, ürünlerine yoğun talep göreceği pazarları belirlemektir. Doğru pazarı bulmak, detaylı bir pazar araştırması gerektirir. Küresel çapta hangi bölgenin olursa olsun, hedef kitlelerin ihtiyaçlarını, tercihlerini ve alışkanlıklarını anlamak önemlidir.

Dijital varlık, modern çağda iş yapmanın ayrılmaz bir parçasıdır. Profesyonel ve kullanıcı dostu bir web sitesine sahip olmak, aynı zamanda B2B platformlarında aktif olarak yer almak gerekir. Alibaba, Amazon Business, TurkishExporter gibi platformlar, küresel pazara açılma fırsatı sunar.

Ürün kalitesi, müşteri beklentilerini karşılamak için hayati öneme sahiptir. Ayrıca, ürünlerin uluslararası standartlara uygun olduğundan emin olmak önemlidir. Bu, hem marka itibarını artırır hem de potansiyel düzenleyici engelleri önler.

Müşteri hizmetleri de göz ardı edilmemelidir. Müşterilere hızlı, etkili ve profesyonel bir şekilde yanıt vermek, müşteri memnuniyetini artırır ve uzun vadeli ilişkiler kurar.

Ve son olarak, ihracatçının, dijital pazarlama taktiklerini, özellikle SEO ve içerik pazarlaması gibi stratejileri kullanarak, çevrimiçi görünürlüğünü artırması gerekir. İşletme böylece daha fazla potansiyel müşterinin dikkatini çeker ve marka bilinirliğini artırır.

Bunlar, bir Türk ihracatçının B2B stratejisi için bazı temel unsurlardır. Ancak stratejinin başarısı, bu unsurların doğru bir şekilde uygulanmasına ve sürekli olarak iyileştirilmesine bağlıdır.

BAZ Girişim

İhracat Mentorunuz BAZ
Girişim, küresel pazarları
kazanmada devlet
destekleri, dijital
pazarlama ve ihracat
danışmanlığıyla yanınızda.

bazgirisim.com



+90 545 149 95 27