

LinkedIn ile İhracat Rehberi



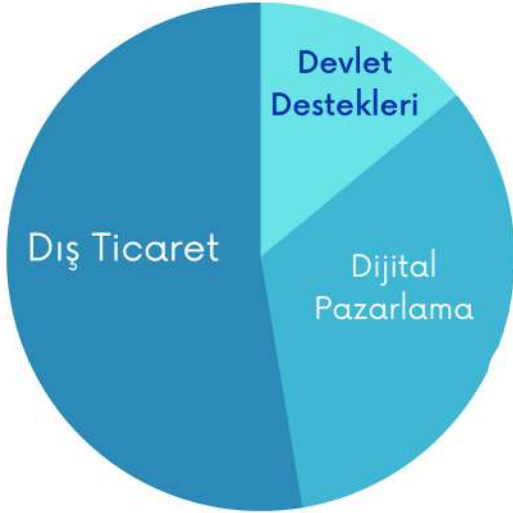
İÇİNDEKİLER

1. Önsöz
2. LinkedIn ihracat için kullanılır mı?
3. LinkedIn Arama Çubuğunun Özellikleri Nelerdir ve Arama Çubuğu Nasıl Çalışır?
4. LinkedIn Arama Operatörleri Nelerdir?
5. LinkedIn Arama Operatörlerini Kullanarak İhracat Pazar Araştırması İçin Örnek Bir Çalışma
6. LinkedIn hedef pazar grupları nasıl kullanılır?
7. LinkedIn'de şirket profili oluştururken nelere dikkat etmeliyim?
8. Şirket çalışanları LinkedIn ile ihracat konusunda nasıl katkı sağlayabilir?
9. LinkedIn'de paylaşımların içerikleri neler olabilir?
10. Şirketler için LinkedIn paylaşım planı nasıl olmalıdır?
11. Çalışanlar için LinkedIn paylaşım planı nasıl olmalıdır?
12. LinkedInde şirketimiz için ihracat amaçlı hashtag kullanırken nelere dikkat etmeliyiz?
13. LinkedIn Sales Navigator nedir?
14. Sales Navigator nasıl etkili kullanılır?
15. LinkedIn otomasyonu yapan yazılımlar nasıl kullanılır?
16. LinkedIn reklamları nasıl çalışır? İhracat için nasıl kullanılır?
17. LinkedIn'de Örnek Bir Tanışma Mesajı

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



Size İhracat Mentorunuz BAZ Girişim'in LinkedIn ile İhracat Rehberi'ni sunmaktan büyük bir heyecan duyuyoruz. Bu rehber, ihracat yolculuğunuzda size değerli bir rehberlik sunmak ve LinkedIn'in gücünü en iyi şekilde nasıl kullanabileceğinizi anlatmak amacıyla hazırlandı.

LinkedIn, küresel iş dünyasında etkili bir ağ oluşturmanızı sağlayan, uluslararası iş fırsatlarını keşfetmenize yardımcı olan bir platformdur. Bu rehberde, LinkedIn'in arama özelliklerini kullanarak hedeflediğiniz pazarlarda potansiyel müşterileri nasıl bulabileceğinizi öğreneceksiniz. Ayrıca, LinkedIn profilinizi nasıl optimize edeceğinizi ve markanızı nasıl güçlendireceğiniz konularında size pratik ipuçları sunacağız.

Rehberimizde, LinkedIn'in paylaşım ve içerik stratejilerini kullanarak uzmanlığınızı paylaşmanın ve sektördeki önemli kişilerle bağlantı kurmanın önemini vurgulayacağız. Ayrıca, LinkedIn reklamları ve lead generation araçlarıyla hedeflediğiniz müşterilere nasıl ulaşabileceğinizi ve ihracat fırsatlarını nasıl değerlendirebileceğinizi adım adım anlatacağız.

İhracat Mentorunuz BAZ Girişim olarak bu rehberin ihracat yolculuğunuzda size gerçek bir değer sunacağını ifade ediyoruz. Bu rehberle LinkedIn'in sunduğu fırsatları en iyi şekilde değerlendirmenizi ve uluslararası iş dünyasında başarıya ulaşmanızı ümit ediyoruz.

Sizlerle birlikte büyümek için sabırsızlanıyoruz!

Abdullah OSKAY
BAZ Girişim Kurucusu





LINKEDIN İHRACAT İÇİN KULLANILIR MI?

“Evet, LinkedIn ihracat için kullanılan etkili bir araç olabilir. LinkedIn, profesyonel ağ oluşturma, iş ilişkileri kurma ve iş dünyasıyla bağlantı kurma konularında önde gelen bir platformdur. İhracat yapmak isteyenler için, LinkedIn aşağıdaki yollarla faydalı olabilir.”

- **İş Bağlantıları Kurma:** LinkedIn, diğer iş profesyonelleriyle bağlantı kurmanızı sağlar. İhracatla ilgili sektördeki kişilerle bağlantı kurarak, işbirliği, fikir alışverişi ve ortaklık fırsatları bulabilirsiniz.
- **İhracat Hedef Pazarlarına Ulaşma:** LinkedIn'de, hedef pazarınızla ilgili gruplara katılabilirsiniz. Bu gruplarda, hedef pazarınızdaki iş profesyonelleriyle etkileşime geçebilirsiniz, bilgi ve deneyim paylaşabilirsiniz.
- **İhracat İçerikleri Paylaşma:** LinkedIn'de, ihracatla ilgili içerikler paylaşabilirsiniz. Makaleler, gönderiler veya videolar aracılığıyla sektördeki diğer profesyonellerle bilgi ve deneyimlerinizi paylaşarak, etkileşim ve farkındalık yaratabilirsiniz.
- **Uluslararası İş Ortakları Bulma:** LinkedIn, uluslararası iş ortakları bulmak için kullanılabilir. İhracat yapmak istediğiniz hedef pazarlardaki işletmeleri araştırabilir, temasa geçebilirsiniz ve işbirliği fırsatları arayabilirsiniz.

LinkedIn'i ihracat faaliyetleriniz için kullanırken, etkili bir profil oluşturmanız, iş bağlantıları kurmanız ve aktif bir şekilde paylaşım yapmanız önemlidir. Ayrıca, LinkedIn'de ticari ilişkiye geçtiğiniz kişilerle iletişim kurarken, yerel ticari adetlere ve protokollere dikkat etmek önemlidir.





LINKEDIN ARAMA ÇUBUĞUNUN ÖZELLİKLERİ NELERDİR VE ARAMA ÇUBUĞU NASIL ÇALIŞIR?

“LinkedIn'in arama çubuğu, kullanıcılara istedikleri kişileri, şirketleri, grupları ve içerikleri bulmalarına yardımcı olan güçlü bir araçtır.”

- **Kişileri Bulma:** Arama çubuğunu kullanarak bağlantı kurmak veya belirli kişileri bulmak için isim, unvan, şirket veya sektör gibi kriterlere göre arama yapabilirsiniz.
- **Şirketleri Bulma:** İlgilendiğiniz bir şirketi arama çubuğuna yazarak o şirketin profilini bulabilirsiniz. Şirket profilinde şirket hakkında bilgi, çalışanlar, iş ilanları ve şirkete bağlı diğer bilgiler yer alır.
- **Grupları Bulma:** LinkedIn'de ilgi alanınıza uygun grupları bulmak için arama çubuğunu kullanabilirsiniz. İlgilendiğiniz konuları arama çubuğuna yazarak ilgili grupları keşfedebilir ve bu gruplara katılarak profesyonel ağınıza genişletebilirsiniz.
- **İçerikleri Bulma:** Arama çubuğu, içerikleri bulmanızı da kolaylaştırır. Örneğin, bir konuyla ilgili makaleler, gönderiler veya videoları arama çubuğuna yazarak ilgili içerikleri bulabilirsiniz.

LinkedIn arama çubuğu ayrıca daha gelişmiş özelliklere de sahiptir. Arama sonuçlarını filtreleme, kişilere veya şirketlere göre sıralama, bağlantıların derecesine göre arama yapma gibi seçenekler mevcuttur. Arama sonuçlarındaki filtreleri kullanarak aramanızı daha da özelleştirebilirsiniz.

LinkedIn Premium üyeliği olanlar daha gelişmiş arama özelliklerine erişebilir. Premium üyeler, daha spesifik filtrelerle arama yapabilir, daha fazla arama sonucu görüntüleyebilir ve daha geniş bir ağa erişim sağlayabilir. İhracat profesyonellerinin ücretli bir özellik olan LinkedIn Premium kullanması ve bu hizmetin sunduğu avantajlardan faydalanması önerilir.



LINKEDİN ARAMA OPERATÖRLERİ NELERDİR?

“Arama operatörleri, LinkedIn'de daha etkili ve hedefli aramalar yapmanıza yardımcı olur. Arama çubuğunda bu operatörleri doğru şekilde kullanarak istediğiniz kriterlere uygun profilleri bulabilirsiniz.”

LinkedIn'de kullanabileceğiniz bazı arama operatörleri şunlardır:

- **AND:** İki veya daha fazla kelimeyi birleştirmek için kullanılır. Örneğin, "pazarlama AND müdürü" şeklinde bir arama yaparsanız, sonuçlar pazarlama ve müdürü kelimelerini içeren profilleri gösterecektir.
- **OR:** İki veya daha fazla kelimeyi alternatif olarak aramak için kullanılır. Örneğin, "pazarlama OR satış" şeklinde bir arama yaparsanız, sonuçlar pazarlama veya satış kelimesini içeren profilleri gösterecektir.
- **NOT:** Belirli bir kelimeyi aramadan hariç tutmak için kullanılır. Örneğin, "pazarlama NOT satış" şeklinde bir arama yaparsanız, sonuçlar pazarlama kelimesini içeren ancak satış kelimesini içermeyen profilleri gösterecektir.
- **Tırnak İçinde Arama:** Bir ifadeyi tırnak içine alarak tam olarak o ifadeyi arayabilirsiniz. Örneğin, "dijital pazarlama uzmanı" şeklinde bir arama yaparsanız, sonuçlar tam olarak bu ifadeyi içeren profilleri gösterecektir.
- **Parantez Kullanımı:** Parantezler, arama sırasında öncelikli olarak işlem yapmak için kullanılabilir. Örneğin, "pazarlama AND (müdür OR yönetici)" şeklinde bir arama yaparsanız, sonuçlar pazarlama kelimesini içeren ve müdür veya yönetici kelimelerinden birini içeren profilleri gösterecektir.
- **Site Araması:** Belirli bir web sitesi üzerinde arama yapmak için "site:" operatörünü kullanabilirsiniz. Örneğin, "site:linkedin.com pazarlama müdürü" şeklinde bir arama yaparsanız, sonuçlar sadece LinkedIn üzerinde pazarlama müdürü kelimesini içeren profilleri gösterecektir.



LINKEDIN ARAMA OPERATÖRLERİNİ KULLANARAK İHRACAT PAZAR ARAŞTIRMASI İÇİN ÖRNEK BİR ÇALIŞMA

“ LinkedIn arama operatörlerini kullanarak ihracat pazar araştırması yapmanıza yardımcı olabilir. Arama sonuçlarını inceleyerek hedeflediğiniz pazarlardaki potansiyel müşterileri ve iş fırsatlarını belirleyebilirsiniz. ”

Örneğin, mobilya sektöründe ihracat yapmak isteyen bir şirket olarak LinkedIn'de hedeflediğiniz pazarlardaki potansiyel müşterileri bulmak istediğinizi varsayalım.

Hedeflenen Ülkeler:

- "mobilya ihracatı" şeklinde bir arama yapın ve sonuçları inceleyin.
- İlgilendiğiniz ülkeleri belirleyin. Örneğin, "Almanya", "Fransa", "İngiltere" gibi.

İş Ünvanları:

- "mobilya ihracat" AND ("satış" OR "pazarlama" OR "ihracat müdürü" OR "uluslararası satış" vb.) şeklinde bir arama yapın.
- Hedeflediğiniz ülkelerdeki ilgili iş ünvanlarını ve pozisyonları belirleyin.

Sektörler:

- "mobilya ihracat" AND ("mobilya" OR "ev dekorasyonu" OR "mobilya perakendesi" OR "iç mimarlık" vb.) şeklinde bir arama yapın.
- Hedeflediğiniz ülkelerdeki ilgili sektörel odak noktalarını belirleyin.

Dil Yetenekleri:

- "mobilya ihracat" AND ("İngilizce" OR "Almanca" OR "Fransızca" OR "İspanyolca" vb.) şeklinde bir arama yapın.
- Hedeflediğiniz ülkelerin ana dillerine dikkat edin ve dil becerilerini arama kriterlerine dahil edin.

Şirket Profili:

- "mobilya ihracat" AND "şirket adı" şeklinde bir arama yaparak belirli şirketleri hedefleyebilirsiniz.
- Rekabetçi şirketler veya potansiyel işbirliği yapabileceğiniz şirketlerin profillerini inceleyin.



LINKEDIN HEDEF PAZAR GRUPLARI NASIL KULLANILIR?

“LinkedIn'deki hedef pazar gruplarını kullanmak, sektördeki diğer profesyonellerle bağlantı kurmanıza ve ihracatla ilgili bilgileri paylaşmanıza olanak sağlar. Bu gruplar, aynı sektördeki diğer işletmeler ve uzmanlarla ağ oluşturmanızı ve işbirliği fırsatları yakalamanızı destekler.”

- **Grupları Araştırma:** LinkedIn'deki arama kutusunu kullanarak, hedef pazarınızla ilgili grupları bulabilirsiniz. İhracat yapmayı planladığınız ülke veya sektöre odaklanan grupları aramak, size daha spesifik ve ilgili sonuçlar verecektir.
- **Gruplara Katılma:** İlgilendiğiniz grupları bulduktan sonra, gruplara katılabilirsiniz. Gruplara katılmak için, grup sayfasında "Katıl" veya "Join" gibi bir düğme bulunur. Grup kurallarını okuyun ve uygun olduğunuzdan emin olun.
- **Etkileşimde Bulunma:** Gruba katıldıktan sonra, etkileşimde bulunmanız önemlidir. İlgili konular hakkında paylaşımlara yorum yapın, sorular sorun veya deneyimlerinizi paylaşın. Grup üyeleriyle etkileşime geçerek, sektördeki diğer profesyonellerle bağlantı kurabilir ve ilişkilerinizi güçlendirebilirsiniz.
- **Bilgi Paylaşma:** Gruplarda, ihracatla ilgili bilgileri paylaşabilirsiniz. Makaleler, blog gönderileri veya sektörle ilgili haberleri grup üyeleriyle paylaşarak, fikir alışverişinde bulunabilir ve uzmanlığınızı gösterebilirsiniz. Ancak, sadece kendi içeriğinizi paylaşmak yerine, grup üyelerinin ilgisini çekebilecek değerli içerikler paylaşmanız daha etkili olabilir.
- **Bağlantı Kurma:** Gruplarda, ilgili ve değerli katkılarda bulunduğunuzda, diğer grup üyeleriyle bağlantı kurma fırsatları ortaya çıkabilir. Grup üyeleriyle bağlantı kurarak, daha fazla iş fırsatı ve işbirliği potansiyeli elde edebilirsiniz.
- **Düzenli Olarak Katılım:** Gruplara düzenli olarak katılmak ve etkileşimde bulunmak önemlidir. Sadece gruplara katılmak yetmez, aktif olmanız ve düzenli olarak değerli katkılarda bulunmanız gerekmektedir.



LINKEDİN'DE ŞİRKET PROFİLİ OLUŞTURURKEN NELERE DİKKAT ETMELİYİM?

Şirket profilinizin profesyonel ve güvenilir bir imaj yaratması önemlidir. İnsanları çekmek ve işbirliği fırsatları yakalamak için şirketinizi doğru bir şekilde temsil eden bir profil oluşturmak önemlidir.

- **Doğru ve Tam Bilgiler:** Şirket profilinizde, şirketinizle ilgili doğru ve tam bilgileri sağlamak önemlidir. Şirket adı, açıklama, web sitesi, adres ve iletişim bilgileri gibi temel bilgilerin doğru ve güncel olduğundan emin olun.
- **Görsel Öğeler:** Şirket profili oluştururken görsel öğelere önem verin. Şirketinizin logosunu yükleyin ve profil görseli olarak kullanın. Ayrıca, profilinizi daha çekici hale getirmek için şirketinizle ilgili görseller veya videolar ekleyebilirsiniz.
- **Kısa ve Etkileyici Açıklama:** Şirket profilinizde kısa ve etkileyici bir açıklama kullanın. Şirketinizin ne yaptığını, hangi sektörde faaliyet gösterdiğini ve hangi değerleri taşıdığını net bir şekilde ifade edin. Açıklama, kullanıcıların hızlıca şirketinizi anlamalarına yardımcı olmalıdır.
- **Anahtar Kelimeler ve Etiketler:** Şirket profilinizi optimize etmek için uygun anahtar kelimeler ve etiketler ekleyin. Bu, şirketinizin LinkedIn'deki aramalarda daha kolay bulunmasını sağlayabilir. İlgili anahtar kelimeleri ve etiketleri profil açıklamanızda ve beceri bölümünde kullanabilirsiniz.
- **İş Deneyimi ve Başarılar:** Şirketinizin iş deneyimi ve başarıları hakkında bilgi vermek önemlidir. Önceki projeler, ortaklıklar veya ödüller gibi başarıları paylaşarak, şirketinizin itibarını ve uzmanlığını vurgulayabilirsiniz.
- **Çalışanlar ve Takım Bilgileri:** Şirket profilinizde çalışanlarınızın bilgilerini ekleyin. Bu, şirketinizin insan kaynaklarına ve takım yapısına ilişkin bir anlayış sağlar. Çalışanların becerilerini, deneyimlerini ve sorumluluklarını paylaşmak, şirketinizin yetenek havuzunu ve gücünü gösterir.
- **Düzenli ve İçerik Paylaşımı:** Şirket profilinizi düzenli olarak güncelleyin ve içerik paylaşımı yapın. İlgili sektör haberleri, blog yazıları, eğitici içerikler veya şirket haberleri gibi değerli içerikler paylaşarak, şirketinizin uzmanlık alanlarını gösterin ve kullanıcıları etkileyin.
- **Etkileşim ve İletişim:** Şirket profilinizde etkileşimde bulunun ve kullanıcılarla iletişim kurun. Yorumlara yanıt vermek, sorulara cevap vermek ve takipçilerinizle etkileşimde bulunmak, şirketinizin aktif ve ilgili olduğunu gösterir.



ŞİRKET ÇALIŞANLARI LINKEDİN İLE İHRACAT KONUSUNDA NASIL KATKI SAĞLAYABİLİR?

- **Şirketin İhracat Hedeflerini Paylaşma:** Çalışanlar, LinkedIn profillerinde şirketin ihracat hedeflerini ve başarılarını paylaşabilir. Bu, şirketin ihracat konusundaki gücünü ve uzmanlığını vurgulayarak, potansiyel iş ortakları veya müşteriler üzerinde etki yaratabilir.
- **İhracatla İlgili İçerik Paylaşma:** Çalışanlar, şirketin ihracatla ilgili içeriklerini paylaşabilir. Özgün makaleler, blog gönderileri veya sektörle ilgili haberleri paylaşarak, şirketin uzmanlığını ve sektördeki yenilikleri gösterirler. Bu, şirketin itibarını ve bilinirliğini artırabilir.
- **İlgili Gruplarda Etkileşimde Bulunma:** Çalışanlar, LinkedIn'deki ilgili gruplarda etkileşimde bulunarak ihracat konusunda bilgi ve deneyimlerini paylaşabilir. Bu gruplarda, sektördeki diğer profesyonellerle bağlantı kurabilir, sorulara yanıt verebilir ve tartışmalara katılabilirler. Bu, şirketin itibarını artırır ve işbirliği fırsatları yaratır.
- **İş Bağlantıları Kurma:** Çalışanlar, LinkedIn üzerinde ihracatla ilgili kişilerle bağlantı kurabilir. Bu, yeni iş ortaklıkları, müşteriler veya potansiyel satış fırsatları bulma açısından önemlidir. İlgili sektördeki diğer profesyonellerle bağlantı kurarak, ağlarını genişletebilir ve şirketin ihracat ağına katkı sağlayabilirler.
- **Şirketin İhracat Başarılarını Vurgulama:** Çalışanlar, LinkedIn profillerinde şirketin ihracat başarılarını vurgulayabilir. Örneğin, şirketin kazandığı uluslararası ödülleri, büyük müşteri kazanımlarını veya başarılı ihracat projelerini paylaşabilirler. Bu, şirketin itibarını güçlendirir ve potansiyel iş ortakları veya müşteriler üzerinde etki yaratır.
- **İhracatla İlgili Eğitim ve Seminerlere Katılma:** LinkedIn üzerinde, ihracatla ilgili eğitimler, seminerler veya etkinlikler bulunabilir. Çalışanlar, bu tür etkinliklere katılarak güncel bilgilere erişebilir, sektördeki trendleri takip edebilir ve ihracat konusunda kendilerini geliştirebilirler. Bu, şirketin ihracat yeteneklerini güçlendirir.

Çalışanların LinkedIn profillerini güncel ve profesyonel tutmaları, şirketin değerlerini doğru bir şekilde temsil etmeleri ve sürekli olarak ağlarını genişletmeye odaklanmaları, şirketin ihracat performansına doğrudan etki eder.



LINKEDIN'DE PAYLAŞIMLARIN İÇERİKLERİ NELER OLABİLİR?

DIGITAL MARKETING

LinkedIn bir iş odaklı platform olduğu için paylaşımlarınızın profesyonel, ilgili ve değerli olmasına dikkat etmelisiniz. Ayrıca, paylaşımlarınıza görseller, videolar ve ilgili bağlantılar eklemek de dikkat çekici olacaktır.

- **İş İçerikleri:** İş dünyasıyla ilgili haberler, endüstri trendleri, sektördeki yenilikler, iş stratejileri, liderlik ipuçları ve kariyer tavsiyeleri gibi içerikler paylaşabilirsiniz.
- **Bilgi ve Uzmanlık Paylaşımı:** Sektörünüzle ilgili bilgileri, tecrübeleri ve uzmanlık alanlarınızı paylaşabilirsiniz. Makaleler, blog yazıları, infografikler, videolar veya slaytlar gibi içerikler oluşturarak sektördeki güncel gelişmeler hakkında bilgi sağlayabilirsiniz.
- **İş Deneyimi ve Başarılar:** Kendi iş deneyimlerinizi, başarı hikayelerinizi veya projelerinizi paylaşabilirsiniz. Bu, diğerlerine ilham vermenizi, örnek olmanızı ve işinizle ilgili farkındalık yaratmanızı sağlar.
- **Etkinlik ve Konferanslar:** Katıldığınız veya düzenlediğiniz etkinlikler, konferanslar veya seminerler hakkında bilgi paylaşabilir, sunumlarınızın özetlerini veya kaynakları paylaşabilirsiniz. Bu, sektördeki diğer profesyonellerle bağlantı kurmanızı ve işbirliği fırsatları yaratmanızı sağlar.
- **İş İlanları ve Kariyer Fırsatları:** Şirketinizde veya sektörünüzdeki diğer iş fırsatları hakkında bilgi vererek iş ilanlarını ve kariyer fırsatlarını paylaşabilirsiniz. Bu, yetenekli profesyonellerin dikkatini çekmenizi ve işe alım sürecine katkıda bulunmanızı sağlar.
- **İş Ortaklıkları ve İşbirlikleri:** İş ortaklıkları, işbirlikleri veya yeni projeler hakkında bilgi vererek iş ağıңызla paylaşabilirsiniz. Bu, potansiyel iş ortakları veya müşterilerle bağlantı kurmanızı sağlar.
- **Önemli Haberler ve Makaleler:** Sektörünüzle ilgili önemli haberleri, makaleleri veya raporları paylaşarak sektördeki gelişmeleri takip ettiğinizi gösterebilirsiniz. Bu, takipçilerinizin bilgi sahibi olmasını ve tartışmalara katılmasını sağlar.
- **Sorular ve Tartışmalar:** İlgilendiğiniz bir konuyla ilgili sorular sorarak veya bir tartışma başlatarak profesyonel ağıңызla etkileşime geçebilirsiniz. Bu, düşünceleri paylaşmanızı, farklı görüşleri duymanızı ve yeni bağlantılar kurmanızı sağlar.



ŞİRKETLER İÇİN LINKEDİN PAYLAŞIM PLANI NASIL OLMALIDIR?



Paylaşımlarınızın şirketinizi ve hedef kitlenizi yansıtması önemlidir. Aynı zamanda, içeriklerinizin profesyonel, ilgili ve değerli olmasına özen gösterin.

Haftalık Paylaşım Planı:

Pazartesi:

- Şirket haberleri veya güncel gelişmeleri paylaşımı (ör. yeni ürün veya hizmet duyurusu, şirket büyümesi, ödüller veya başarılar)
- Şirket kültürünü yansıtan bir görsel veya video (ör. çalışanlarınızın iş yerindeki etkinliklerinden veya ekip ruhunu yansıtan bir fotoğraf)

Salı:

- İlgili sektör haberleri veya trendler hakkında bir makale paylaşımı
- İlgili hashtaglerle desteklenmiş bir iş ipucu veya yönlendirme (ör. pazarlama stratejileri, liderlik ipuçları, müşteri ilişkileri)

Çarşamba:

- Şirket içi başarı hikayesi veya müşteri referansı paylaşımı
- Şirketin sosyal sorumluluk projeleri veya sürdürülebilirlik çabaları hakkında bir gönderi (ör. çevre dostu uygulamalar, toplumsal sorumluluk projeleri)

Perşembe:

- Bir webinar, konferans veya etkinlik duyurusu
- İş dünyasında gelişmeleri veya trendleri tartışabileceğiniz bir soru sorma veya anket yapma

Cuma:

- İş hayatında denge ve motivasyonla ilgili içerik paylaşımı (ör. iş hayatıyla ilgili alıntılar, motivasyonel mesajlar, çalışanların iş dışı faaliyetlerini yansıtan görseller)

Aylık Paylaşım Planı:

- Her ay, şirketin vizyonu, misyonu veya değerleriyle ilgili içerikler paylaşın. Bunlar, şirketin başarı hikayeleri, müşteri deneyimleri, çalışan profilleri veya sektörel raporlar olabilir. Ayrıca, sektördeki önemli etkinliklere katılım veya sektör analizleri gibi içerikler de paylaşılabilir.

Özel Günler ve Tatiller:

- Özel günler veya tatiller gibi önemli günleri takip edin ve bu günlerle ilgili özel paylaşımlar yapın. Şirketinizi veya çalışanlarınızı temsil eden özel içerikler oluşturabilirsiniz. Örneğin, şirket kuruluş yıldönümü, Dünya İş Sağlığı ve Güvenliği Günü gibi günlerde ilgili içerikler paylaşabilirsiniz.



ÇALIŞANLAR İÇİN LINKEDİN PAYLAŞIM PLANI NASIL OLMALIDIR?



Haftalık Paylaşım Planı:

Pazartesi:

- İş dünyasıyla ilgili bir haber veya güncel gelişme paylaşımı
- İlgili hashtaglerle desteklenmiş bir iş ipucu veya kariyer tavsiyesi

Salı:

- Kendi iş deneyiminiz veya başarı hikayenizle ilgili bir paylaşım
- Görsel veya video kullanarak projelerinizden bir tanıtım

Çarşamba:

- Bir sektör trendi veya araştırma raporu hakkında bilgilendirici bir makale paylaşımı
- Bu trendin sektöre etkilerini tartışabileceğiniz bir soru sorma

Perşembe:

- Bir webinar, konferans veya etkinlik duyurusu
- Katıldığınız veya düzenlediğiniz bir etkinliği özetleyen bir gönderi veya fotoğraf

Cuma:

- Bir motivasyonel veya ilham verici alıntı paylaşımı
- İş yerindeki çalışma ortamı veya ekip ruhunu yansıtan bir görsel veya video

Aylık Paylaşım Planı:

- Her ay, endüstri trendlerini takip ederek ve güncel konulara odaklanarak bir veya daha fazla içeriği paylaşın. Bunlar, araştırma raporları, sektör analizleri, liderlik veya iş stratejileriyle ilgili derinlemesine makaleler veya sektörün geleceği hakkında öngörüler olabilir.

Özel Günler ve Tatiller:

- Özel günler veya tatiller gibi önemli günleri takip edin ve bu günlerle ilgili özel paylaşımlar yapın. Örneğin, Kadınlar Günü, Dünya Çevre Günü, Uluslararası İşçi Günü gibi günlerde ilgili içerikler paylaşabilirsiniz.

Düzenli ve kaliteli içerik paylaşımı, LinkedIn profilinizin etkisini artırmanıza ve iş bağlantılarınızı güçlendirmenize yardımcı olacaktır.



LINKEDİNDE ŞİRKETİMİZ İÇİN İHRACAT AMAÇLI HASHTAG KULLANIRKEN NELERE DİKKAT ETMELİYİZ?



Doğru ve stratejik hashtagler seçerek, ihracat hedeflerinizi destekleyen bir ağ oluşturabilirsiniz.

- **İlgili ve Özgün Hashtagler Kullanın:** İhracat ile ilgili olarak, sektörünüzle, hedef pazarınızla veya ihracat süreciyle ilgili olan hashtagleri kullanın. Örneğin, #globaltrade, #export, #internationalbusiness, #exportopportunities gibi genel ihracat hashtaglerini kullanabilirsiniz. Ayrıca, şirketinizin spesifik özelliklerine ve hedeflerine uygun özgün hashtagler oluşturabilirsiniz.
- **Popüler Hashtagleri Araştırın:** LinkedIn'de popüler olan ihracat veya sektörle ilgili hashtagleri araştırın. Bu hashtagler, daha geniş bir kitleye ulaşmanıza ve şirketinizin görünürlüğünü artırmanıza yardımcı olabilir. Örneğin, ihracatla ilgili yaygın olarak kullanılan hashtagler #globalbusiness, #exportsuccess, #exportstrategy gibi olabilir.
- **Hedef Pazarı Hedefleyin:** İhracat yapmayı planladığınız belirli bir ülkeye veya bölgeye odaklanan hashtagleri kullanın. Bu, hedef pazarınızdaki ilgili kişilere ulaşmanıza ve bağlantılar kurmanıza yardımcı olabilir. Örneğin, #exporttoChina, #Europeexports gibi ülke veya bölgeye özgü hashtagleri kullanabilirsiniz.
- **İçerikle İlişkili Hashtagler Kullanın:** Paylaştığınız içerikle doğrudan ilişkili olan hashtagleri seçin. İçeriğinizdeki anahtar kelimeleri veya konu başlıklarını hashtag olarak kullanabilirsiniz. Örneğin, bir makale paylaşıyorsanız, makalenin ana temasını yansıtan hashtagler kullanabilirsiniz.
- **Trendlere ve Etkinliklere Katılın:** İlgili ihracat etkinlikleri, fuarlar veya sektörel trendler hakkında hashtagler kullanın. Bu, etkinliklere katılan veya trendleri takip eden kişilerle bağlantı kurmanıza ve şirketinizin bu konulardaki uzmanlığını göstermenize yardımcı olabilir.
- **Hashtagleri Ölçülü Kullanın:** Hashtagleri ölçülü bir şekilde kullanın ve her paylaşımda çok fazla hashtag kullanmaktan kaçının. Genellikle 3 ila 5 hashtag kullanmak yeterli olacaktır. Fazla hashtag kullanımı, paylaşımınızın spam olarak algılanmasına neden olabilir ve etkisini azaltabilir.
- **Takip Edin ve Etkileşimde Bulunun:** İhracatla ilgili hashtagleri takip edin ve ilgili paylaşımlara etkileşimde bulunun. Bu, diğer kullanıcılarla bağlantı kurmanıza, sektördeki trendleri takip etmenize ve şirketinizin bilinirliğini artırmanıza yardımcı olabilir.



LINKEDIN SALES NAVIGATOR NEDİR?

LinkedIn Sales Navigator, LinkedIn'in özel bir ürünüdür ve satış profesyonellerine yönelik geliştirilmiş bir satış aracıdır. Sales Navigator, kullanıcılara satış potansiyeli olan kişilere ve şirketlere erişim sağlar ve satış sürecini daha etkili hale getirmek için gelişmiş özellikler sunar.

LinkedIn Sales Navigator'ın temel özellikleri şunlardır:

- **Lead İzleme:** Satış profesyonelleri, hedefledikleri potansiyel müşterilerin (lead) profillerini takip edebilir ve güncellemelerini takip ederek satış fırsatlarından haberdar olabilirler.
- **Hedeflenmiş Arama:** Sales Navigator, kullanıcılara belirli demografik özelliklere, sektörlere, görevlere veya diğer kriterlere dayalı olarak hedeflenmiş arama yapma imkanı sağlar. Böylece, potansiyel müşterileri daha doğru bir şekilde filtreleyebilir ve hedeflenen kitleye odaklanabilirsiniz.
- **İletişim ve Bağlantı Kurma:** Sales Navigator, kullanıcılara potansiyel müşterilerle doğrudan iletişim kurma imkanı verir. İçeriden bağlantılar, mesajlaşma ve InMail gibi özellikler aracılığıyla potansiyel müşterilere ulaşabilir ve onlarla etkileşime geçebilirsiniz.
- **Lead Önerileri:** Sales Navigator, kullanıcılara potansiyel müşteri önerileri sunar. Bu öneriler, profilinizde belirttiğiniz kriterlere göre potansiyel satış fırsatlarına yönlendirme yapar ve yeni müşteri potansiyellerini keşfetmenizi sağlar.
- **Organizasyon Takibi:** Sales Navigator, takip ettiğiniz şirketlerin güncellemelerini ve değişikliklerini izlemenizi sağlar. Bu, müşteri veya iş ortağı şirketlerinizin gelişmelerini takip etmenize ve satış sürecinizi buna göre yönlendirmenize olanak tanır.

LinkedIn Sales Navigator, satış profesyonellerine daha fazla hedeflenmiş arama, iletişim ve satış fırsatlarına erişim imkanı sağlayarak satış süreçlerini optimize etmelerine yardımcı olur.



SALES NAVIGATOR NASIL ETKİLİ KULLANILIR?

LinkedIn Sales Navigator'ı etkili bir şekilde kullanmak için sürekli olarak profilinizi güncel tutmalı, hedeflerinizi belirlemeli, hedeflenmiş arama yapmalı, takip listeleri oluşturmalı, etkileşimde bulunmalı ve analizler yapmalısınız.

- **Profilinizi Optimize Edin:** Profilinizde, satış hedeflerinize uygun anahtar kelimeleri, yetenekleri ve başarıları vurgulayan güncel bir açıklama bulundurun. Profilinizin profesyonel ve güvenilir bir imaj yaratması önemlidir.
- **Hedeflerinizi Belirleyin:** Satış Navigator'ı kullanmadan önce, hedeflerinizi netleştirin. Hangi tür müşterilere ulaşmak istediğinizi, hangi sektörlerde faaliyet göstermek istediğinizi ve hangi demografik özelliklere sahip potansiyel müşterilere odaklanacağınızı belirleyin.
- **Hedeflenmiş Arama Yapın:** Sales Navigator'ın gelişmiş arama özelliklerini kullanarak hedeflenmiş arama yapın. Demografik özellikler, sektör, görev, coğrafi konum gibi kriterlere dayalı olarak filtreleme yaparak potansiyel müşterilerinizi belirleyin.
- **Takip Listeleri Oluşturun:** İlgilendiğiniz şirketleri ve potansiyel müşterileri takip listelerine ekleyin. Bu sayede bu şirketlerin ve kişilerin güncellemelerini, değişikliklerini ve paylaşımlarını daha kolay takip edebilirsiniz.
- **Lead İzleme:** Potansiyel müşterilerin profillerini takip edin ve güncellemelerini izleyin. Bu sayede onların ihtiyaçları, ilgi alanları ve güncel durumları hakkında bilgi sahibi olabilirsiniz. Bu bilgileri kullanarak daha etkili bir iletişim kurabilirsiniz.
- **İletişim Kurma:** Sales Navigator'ın mesajlaşma ve InMail gibi özelliklerini kullanarak potansiyel müşterilerle iletişim kurun. Özelleştirilmiş ve dikkat çekici mesajlar göndererek ilgilerini çekebilir ve etkili bir şekilde bağlantı kurabilirsiniz.
- **Etkinlikleri ve Grupları Takip Edin:** İlgilendiğiniz sektör veya müşteri profilini hedefleyen gruplara katılın ve sektörel etkinlikleri takip edin. Bu sayede sektörel trendleri takip edebilir, güncel bilgileri öğrenebilir ve diğer profesyonellerle bağlantı kurabilirsiniz.
- **İzleme ve Analiz Yapın:** Sales Navigator'ın sağladığı izleme ve analiz araçlarını kullanarak etkileşimlerinizi, takip listenizdeki şirketlerin aktivitelerini ve performansınızı izleyin. Bu verileri kullanarak stratejinizi geliştirebilir ve daha etkili satış yöntemleri belirleyebilirsiniz.





LINKEDIN INMAIL ÖZELLİĞİ NEDİR?

LinkedIn InMail, LinkedIn'in özel bir mesajlaşma özelliğidir. InMail, LinkedIn kullanıcıları arasında bağlantı kurmayı ve iletişim kurmayı sağlayan bir araçtır. Bu özellik, LinkedIn'in ücretli üyeliklerine dahil olan bir avantajdır.

LinkedIn InMail'in bazı özellikleri şunlardır:

- **Bağlantı Kurma:** InMail aracılığıyla, LinkedIn'deki herhangi bir kullanıcıya doğrudan mesaj gönderebilirsiniz. Bağlantı talepleriyle sınırlı olmadan, ulaşmak istediğiniz kişilerle iletişim kurabilir ve onlarla bağlantı kurabilirsiniz.
- **Üyelik Gerektirir:** LinkedIn InMail özelliği, LinkedIn Premium ve LinkedIn Sales Navigator gibi ücretli üyeliklere dahildir. Bu üyelikler, belirli bir sayıda InMail kredisi verir ve bu kredileri kullanarak mesaj göndermenizi sağlar.
- **İlgili ve Özelleştirilmiş Mesajlar:** InMail'i kullanırken, iletişim kuracağınız kişiye ilgi alanlarına, geçmiş deneyimlerine veya paylaşımlarına dayanan özelleştirilmiş bir mesaj gönderebilirsiniz. Bu, iletişiminizin daha etkili olmasını sağlar.
- **Yanıt Alma Garantisi:** InMail mesajlarında, karşı tarafa mesajınızı okuduğunu bildiren bir işaret bulunur. Bu, gönderdiğiniz mesajın görüldüğünü ve yanıt alma şansınızın daha yüksek olduğunu gösterir.
- **Ölçüm ve Analiz:** LinkedIn InMail, gönderdiğiniz mesajların etkisini ve performansını ölçmek için analitik veriler sunar. Bu sayede, gönderilerinizi optimize edebilir ve daha iyi sonuçlar elde edebilirsiniz.

LinkedIn InMail, profesyoneller arasında doğrudan iletişim kurmak için etkili bir araçtır. InMail'i kullanarak potansiyel müşterilere veya iş ortaklarına ulaşabilir, iş teklifleri yapabilir veya ağıınızı genişletebilirsiniz. Ancak, InMail'i kullanırken özelleştirilmiş ve dikkat çekici mesajlar göndermeye özen göstermek önemlidir.



LINKEDİNDE İHRACAT İÇİN HANGİ PAYLAŞIMLAR UYGUNDUR?

- **İhracat Stratejileri:** İhracatla ilgili stratejik yaklaşımları ve başarı hikayelerini paylaşabilirsiniz. Hangi pazarlara odaklandığınızı, nasıl bir pazar araştırması yaptığınızı, hedef pazarlarda nasıl bir pazara giriş stratejisi izlediğinizi ve başarıları paylaşabilirsiniz.
- **İhracat Trendleri ve Haberler:** İhracatla ilgili güncel trendleri, sektör haberlerini ve pazar analizlerini paylaşabilirsiniz. Örneğin, yeni pazarlardaki büyüme potansiyelinden bahsedebilir, ihracatla ilgili ekonomik veya politik gelişmelere dair bilgi verebilirsiniz.
- **İhracat İpuçları ve Rehberler:** İhracat yapmak isteyenlere yönelik pratik ipuçları, rehberler ve stratejiler paylaşabilirsiniz. Örneğin, ihracat sürecinde dikkat edilmesi gereken noktaları, gümrük işlemleriyle ilgili bilgileri veya uluslararası pazarlama stratejilerini paylaşabilirsiniz.
- **İhracat Etkinlikleri ve Fuarlar:** İhracatla ilgili etkinlikler, fuarlar ve konferanslar hakkında bilgi vererek takipçilerinizi bu tür fırsatlardan haberdar edebilirsiniz. İhracatla ilgili etkinliklere katılımınızı ve deneyimlerinizi paylaşabilirsiniz.
- **İşbirliği ve Ortaklık Fırsatları:** İhracat yapmak isteyen şirketler veya potansiyel iş ortakları arasında işbirliği ve ortaklık fırsatlarına dair paylaşımlar yapabilirsiniz. Bu, iş dünyasındaki bağlantılarınızı genişletmek ve yeni iş fırsatlarına kapı açmak için faydalı olabilir.
- **Başarı Hikayeleri:** İhracat başarı hikayelerini paylaşarak diğer şirketlere ilham verebilirsiniz. Örneğin, ihracatta başarılı olan bir şirketin deneyimlerini, zorlukları nasıl aştığını ve nasıl büyüme sağladığını anlatabilirsiniz.
- **Uluslararası İş Kültürü ve İletişim:** İhracat yaparken karşılaşılan kültürel farklılıklar, iş etiği ve uluslararası iletişim konularında bilgilendirici paylaşımlar yapabilirsiniz. Bu, ihracat yapmak isteyenlerin uluslararası iş dünyasında nasıl başarılı olabileceklerine dair bilgi sunar.

Paylaşımlarınızda özgün ve değerli içerikler sunmaya dikkat edin. İhracat sürecinde karşılaşılan zorlukları aşma stratejileri, başarı öyküleri ve sektörel bilgilerin yanı sıra, takipçilerinizin sorularına cevap vermek ve etkileşimde bulunmak için zaman ayırmanız da önemlidir.

LINKEDIN OTOMASYONU YAPAN YAZILIMLAR NASIL KULLANILIR?

LinkedIn otomasyonu yapan yazılımlar, kullanıcıların LinkedIn hesaplarını yönetmelerine ve otomatik işlemler gerçekleştirmelerine yardımcı olan araçlardır. Bu yazılımlar, LinkedIn oturum açma, bağlantı isteği gönderme, mesaj gönderme, profil ziyareti yapma gibi işlemleri otomatikleştirmek için kullanılır. Ancak, LinkedIn'in kullanım koşulları otomasyon araçlarını sınırlar ve bazı eylemlerin otomatikleştirilmesini yasaklar.

LinkedIn otomasyon yazılımlarını kullanırken aşağıdaki noktalara dikkat etmek önemlidir:

- **İşlemleri Dikkatlice Seçin:** Otomasyon aracı kullanırken yapacağınız işlemleri dikkatlice seçin. LinkedIn'in kullanım koşullarını ihlal etmekten kaçınmak için sınırlamaları ve yasakları anlayın ve ona göre hareket edin.
- **Güvenilir Bir Otomasyon Aracı Seçin:** LinkedIn otomasyonu için kullanacağınız yazılımı seçerken güvenilir bir araç tercih edin. Araştırma yapın, kullanıcı yorumlarını ve incelemelerini kontrol edin ve ihtiyaçlarınıza uygun bir çözüm seçin.
- **Ölçülü ve Doğal Davranın:** LinkedIn'de otomatik işlemler gerçekleştirirken dikkatlice ayarlamalar yapın ve doğal bir davranış sergilemeye özen gösterin. Örneğin, bağlantı istekleri veya mesajlar gönderirken spam veya rahatsızlık verici davranışlardan kaçının.
- **Spam Unsurlarından Kaçının:** LinkedIn otomasyonunda spam unsurlarından kaçınmak önemlidir. Örneğin, çok sayıda bağlantı isteği göndermek veya tekrarlayan mesajlar göndermek spam olarak algılanabilir ve hesabınızın engellenmesine veya askıya alınmasına neden olabilir.
- **Kullanım Koşullarını İnceleyin:** LinkedIn'in kullanım koşullarını dikkatlice okuyun ve otomasyon araçlarını kullanma konusunda sağladığı kılavuzlara uyun. LinkedIn, otomasyonu sınırlayan bazı kurallara sahiptir ve bu kuralları ihlal etmek hesabınızın kapatılmasına yol açabilir.

LinkedIn otomasyon araçlarını kullanırken dikkatli olmak ve LinkedIn'in kullanım koşullarına uymak önemlidir. Otomasyonu doğru ve etik bir şekilde kullanmak, etkili bir LinkedIn stratejisi oluşturmanıza yardımcı olabilir, ancak spam ve rahatsız edici davranışlardan kaçınmak önemlidir.

LINKEDIN REKLAMLARI NASIL ÇALIŞIR?

LinkedIn reklamları, LinkedIn'in reklam platformu üzerinden sunulan reklam çözümleridir. Bu reklamlar, iş profesyonellerine ve iş odaklı hedef kitlelere yönelik olarak yayınlanır. İhracat için LinkedIn reklamlarını kullanmanın bazı avantajları şunlardır:

- **Hedef Kitleye Ulaşım:** LinkedIn, iş dünyasına odaklı bir platform olduğu için hedef kitle olarak ihracat yapmak istediğiniz sektörlerdeki profesyonellere erişmek daha kolay olabilir. LinkedIn reklamları, demografik özellikler, iş başlıkları, sektörler, şirketler ve diğer filtrelerle hedef kitlenizi belirleyerek doğrudan ilgili kişilere ulaşmanızı sağlar.
- **İş Profili ve Şirket Tanıtımı:** LinkedIn reklamları, iş profili veya şirketinizi tanıtmak için etkili bir araçtır. Profilinizi ve şirketinizi geniş bir kitleye sunarak marka bilinirliğinizi artırabilir, potansiyel müşterileri çekebilir ve işbirliği fırsatları yaratabilirsiniz.
- **İçerik Pazarlaması:** LinkedIn reklamları, içerik pazarlama stratejinizi desteklemek için kullanılabilir. Değerli içeriklerinizi paylaşabilir, e-kitaplar, beyaz kağıtlar veya web seminerleri gibi kaynaklara erişim sağlayarak potansiyel müşterilerin ilgisini çekebilirsiniz. Bu şekilde, hedef kitlenizle etkileşim kurabilir ve uzun vadeli ilişkiler kurabilirsiniz.
- **Lead Generation (Potansiyel Müşteri Toplama):** LinkedIn reklamları, potansiyel müşteri toplama (lead generation) amacıyla kullanılabilir. Reklamlarınızda, kullanıcıların ilgilerini çekecek bir teklif sunarak veya bir form doldurmalarını isteyerek potansiyel müşterilerin iletişim bilgilerini toplayabilirsiniz. Bu şekilde, daha sonra bu potansiyel müşterilerle iletişime geçebilir ve ihracat hedeflerinize yönelik satış fırsatları yaratabilirsiniz.
- **Takip ve Retargeting:** LinkedIn reklamları, kullanıcıları takip etme ve retargeting (yeniden hedefleme) yapma imkanı sağlar. İhracat hedeflerinize uygun bir şekilde reklam kampanyaları oluşturarak, potansiyel müşterileri daha önce etkileşimde bulunduğunuz kullanıcılarla yeniden hedefleyebilirsiniz. Bu, daha fazla dönüşüm ve satış potansiyeli yaratmanıza yardımcı olabilir.



LINKEDIN REKLAMLARI İHRACAT İÇİN NASIL KULLANILIR?

- **Hedef Kitle Belirleme:** Reklamlarınızı hedef kitleye uygun şekilde ayarlamak, başarı şansınızı artırır. İhracat yapmak istediğiniz sektörleri, iş başlıklarını, coğrafi bölgeleri ve diğer demografik faktörleri dikkate alarak hedef kitlenizi belirleyin.
- **Etkileyici İçerik:** LinkedIn reklamlarında etkileyici ve değerli içerikler sunmaya odaklanın. Kullanıcıların dikkatini çekecek ve ilgilerini çekecek içerikler oluşturun. İhracat konusunda bilgilendirici ve faydalı içerikler paylaşarak güven ve otorite oluşturabilirsiniz.
- **İzleme ve Analiz:** Reklam kampanyalarınızın etkinliğini izlemek ve analiz etmek önemlidir. Reklam performansını izleyin, dönüşümleri takip edin ve kampanyalarınızı sürekli olarak optimize etmek için verilere dayalı kararlar alın.
- **Bütçe Yönetimi:** Reklam bütçenizi yönetirken hedeflerinizi göz önünde bulundurun. LinkedIn reklamlarında bütçenizi, hedef kitlenizin büyüklüğüne ve rekabet düzeyine göre ayarlayın. Kampanyalarınızın performansına göre bütçenizi optimize edin ve en iyi sonuçları elde etmek için deneme ve iyileştirme yapın.

LinkedIn reklamları, ihracat için potansiyel müşterilere ve iş fırsatlarına erişim sağlama açısından etkili bir araç olabilir. Ancak, etkili sonuçlar elde etmek için iyi bir strateji oluşturmanız, hedef kitlenizi doğru şekilde belirlemeniz ve değerli içerikler sunmanız önemlidir. Ayrıca, kampanyalarınızın performansını izleyerek ve sürekli olarak optimize ederek en iyi sonuçları elde edebilirsiniz.



LINKEDİN ÜZERİNDEN LEAD GENERATION NASIL YAPILIR?

LinkedIn üzerinden lead generation (potansiyel müşteri toplama), iş dünyasına odaklı bir platform olduğu için etkili bir şekilde gerçekleştirilebilir. Etkili bir lead generation için aşağıdaki yöntemleri kullanabilirsiniz.

- **Profilinizi Optimize Edin:** Profilinizi potansiyel müşterilere çekici hale getirin. Profilinizde detaylı bir açıklama, güncel bilgiler ve profesyonel bir görüntü kullanın. Ayrıca, LinkedIn'in özgeçmiş bölümünde potansiyel müşterilere nasıl yardımcı olabileceğinizi belirten bilgiler ekleyin.
- **Hedef Kitleyi Belirleyin:** İhracat yapmak istediğiniz hedef kitleyi belirleyin. Sektör, pozisyon, şirket boyutu ve coğrafi konum gibi demografik faktörleri göz önünde bulundurun. LinkedIn'in filtreleme seçeneklerini kullanarak hedef kitlenizi daraltabilirsiniz.
- **Bağlantı İstekleri Gönderin:** Potansiyel müşterilere LinkedIn üzerinden bağlantı istekleri gönderin. Bağlantı isteğinizde, ortak ilgi alanları, benzer sektörler veya paylaşılan bağlantılar gibi kişiselleştirilmiş bir not ekleyin. Bağlantı isteğiniz kabul edildiğinde, iletişime geçmek için bir açılış buluşması veya telefon görüşmesi önerin.
- **İçerik Pazarlaması:** İçerik pazarlaması, LinkedIn üzerinden potansiyel müşteri toplamak için etkili bir stratejidir. Değerli ve ilgi çekici içerikler oluşturun ve LinkedIn makaleleri, blog gönderileri veya infografikler gibi formatlarda paylaşın. İçeriğinizle potansiyel müşterilerin dikkatini çekin ve onları bağlantı kurmaya teşvik edin.
- **Gruplara Katılın ve Etkileşimde Bulunun:** İlgilendiğiniz sektör veya konuyla ilgili LinkedIn gruplarına katılın. Gruplarda aktif olarak etkileşimde bulunun, değerli yorumlar yapın ve sorulara cevap verin. Bu, sektördeki uzmanlığınızı göstererek potansiyel müşterilerle etkileşim kurmanıza yardımcı olur.
- **LinkedIn Reklamlarını Kullanın:** LinkedIn reklamları, potansiyel müşteri toplamada etkili bir araç olabilir. Lead generation formları veya sponsorlu mesajlar gibi reklam türlerini kullanarak potansiyel müşterilerden iletişim bilgilerini toplayabilirsiniz. Bu şekilde, daha sonra bu potansiyel müşterilerle iletişime geçebilirsiniz ve iş fırsatları yaratabilirsiniz.





LINKEDIN'DE ÖRNEK BİR TANIŞMA MESAJI

Dear Shi

As Oskay Cosmetics, we produce perfumes, skincare and candles not only under our brand but also as private label products. You can reach our products via www.bazgirisim.com

Would you like to import or to be a representative of our company?

Abdullah OSKAY

CEO

#lovewithsense #oskaycosmetics



BAZ Girişim

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

bazgirisim.com



+90 545 149 95 27