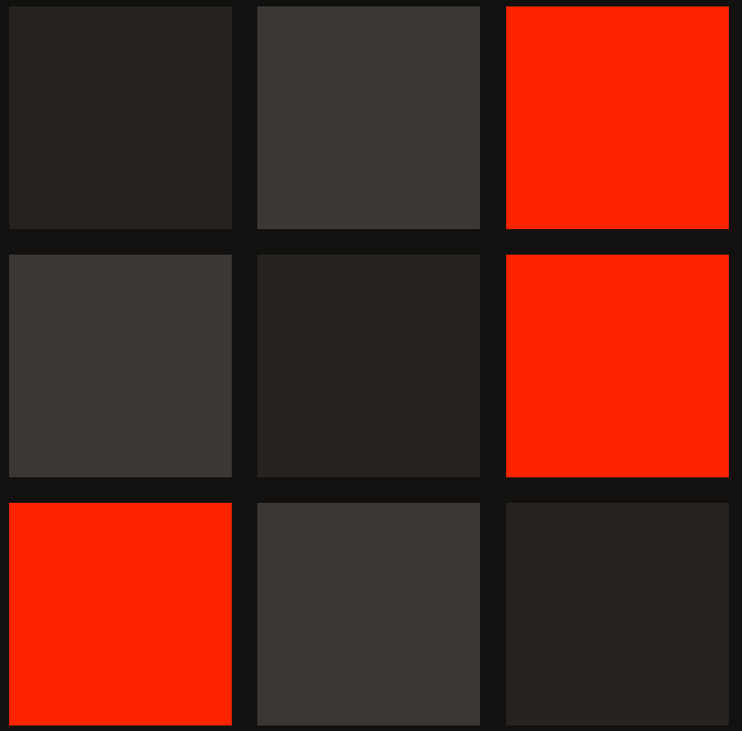
profaj

PAZARLAMA SUNUMU

B2B Şirketler İçin LinkedIn Rehberi

Kurumsal sayfadan reklama, karar vericilere ulaşmanın sade yol haritası



BU SUNUM

Bu sunum size ne kazandırır

Kimler için

- B2B şirketlerin pazarlama ve satış yöneticileri
- Karar vericilere ulaşmak isteyen ekipler
- LinkedIn'i yeni kuran kurumsal markalar

Ne kazanırsınız

- Sayfa, çalışan ve yönetici profilleri için net rol dağılımı
- Haftalık ritimle sürdürülebilir içerik planı
- Reklam ve satış ekibini bağlayan ölçüm yaklaşımı

TEMEL

Vitrininiz üç katmandan oluşur

1

Şirket sayfası

Markanın resmî yüzü ve duyuru merkezi.

2

Çalışan profilleri

Ekibin uzmanlığını insan sesiyle gösterir.

3

Yönetici profilleri

Sektöre bakışınızı ve güveninizi taşır.

ŞİRKET SAYFASI

Sayfanız ilk bakışta ne söylemeli

1

Net tanım

Kime hangi sorunu çözdüğünüzü tek cümleyle yazın.

2

Güncel görseller

Logo, kapak ve ürün görselleri güncel olsun.

3

Hizmet bölümü

Ürün ve hizmetlerinizi eksiksiz tanıtın.

4

Düzenli paylaşım

Sayfa boş kalmasın, ritim oluşsun.

İÇERİK

Dört içerik sütunu

1	**Sektör görüşü**	Alanınızdaki gelişmelere uzman bakışınızı paylaşın.
2	**Müşteri çözümü**	Bir sorunun nasıl çözüldüğünü anlatın.
3	**Ekip ve kültür**	Çalışma biçiminizi ve ekibinizi tanıtın.
4	**Ürün ve hizmet**	Kullanımı ve faydayı sade biçimde gösterin.

ÇALIŞANLAR

Çalışan paylaşımı akışı

1

Hazırlayın

Çalışanlara paylaşılabilir içerik sunun.

2

Kendi sesiyle

Çalışan kendi cümleleriyle paylaşsın.

3

Yanıtlayın

Gelen yorumlara hızlıca dönün.

4

Bağlantı kurun

İlgilenen kişiyle iletişime geçin.

5

Görüşme

Satış ekibine sıcak bir tanışma devredin.

Reklam biçimleri ve kullanım alanları

Biçim	Ne için	Dikkat
Sponsorlu içerik	Uzmanlık içeriğini hedef kitleye taşımak	Değerli bir içerikle başlayın
Mesaj reklamı	Kişiye doğrudan davet göndermek	Kısa ve net bir teklif yazın
Potansiyel müşteri formu	Form doldurmayı kolaylaştırmak	Yalnız gerekli alanları isteyin
Video reklam	Ürün veya hizmeti anlatmak	İlk saniyede konuyu verin

HEDEFLEME

Doğru kişiye ulaşın

1

İş unvanı

Karar verici ve etkileyici unvanları seçin.

2

Sektör

Hizmet verdiğiniz sektörlere odaklanın.

3

Şirket büyüklüğü

İdeal müşterinizin ölçeğini tanımlayın.

4

Şirket listeniz

Hedef şirket listenizi reklama bağlayın.

SÜREÇ

Dikkatten satış görüşmesine



Doğru kitle sizi tanır

İçeriğinizle ilgilenir

Form ya da mesaj bırakır

Satış ekibi arar

İhtiyaca özel teklif sunulur

ÖLÇÜM

Pazarlama ve satış aynı tabloya baksın

1

Erişim

Hedef kitlenin ne kadarına ulaştınız?

2

Etkileşim

Hangi içerik yorum ve paylaşım aldı?

3

İletişim talebi

Kaç kişi görüşme istedi?

4

Satış ekibi geri bildirimi

Gelen talepler nitelikli miydi?

RİTİM

Sürdürülebilir haftalık plan

Pazartesi

Haftanın içeriklerini planlayın

Salı

Sektör görüşü paylaşın

Çarşamba

Müşteri çözümü anlatın

Perşembe

Ekip veya kültür içeriği

Cuma

Yorumları ve ölçümü gözden geçirin

KONTROL LİSTESİ

Başlamadan önce sekiz madde

- [ ] Şirket sayfası tam ve güncel
- [ ] Dört içerik sütunu belirlendi
- [ ] Hedef unvan ve sektör listesi yazıldı
- [ ] Satış ekibiyle talep süreci konuşuldu
- [ ] Çalışanlar için paylaşım rehberi hazır
- [ ] Haftalık takvim çıkarıldı
- [ ] Potansiyel müşteri formu hazır
- [ ] Aylık rapor göstergeleri belli

PROFAJ İLE

LinkedIn'de karar vericilere birlikte ulaşalım

Profaj bir teknoloji ajansıdır. Kendi yapay zekâ teknolojilerimizi (Profaj AI Suite) üretir, markaların büyümesini strateji, yaratıcılık ve teknolojiyi birleştirerek yönetiriz. Türkiye'de ve uluslararası pazarda kurumsal şirketlere ve KOBİ'lere hizmet veririz.

İçerik ve topluluk yönetimi için Socianty, reklam yönetimi ve raporlama için Advetics ile çalışıyoruz.

TELEFON

+90 232 320 00 40

E-POSTA

profaj@profaj.com

GÖRÜŞME PLANLAYIN

profaj.com/iletisim/gorusme-planlayin

Bu İşte Beraberiz!