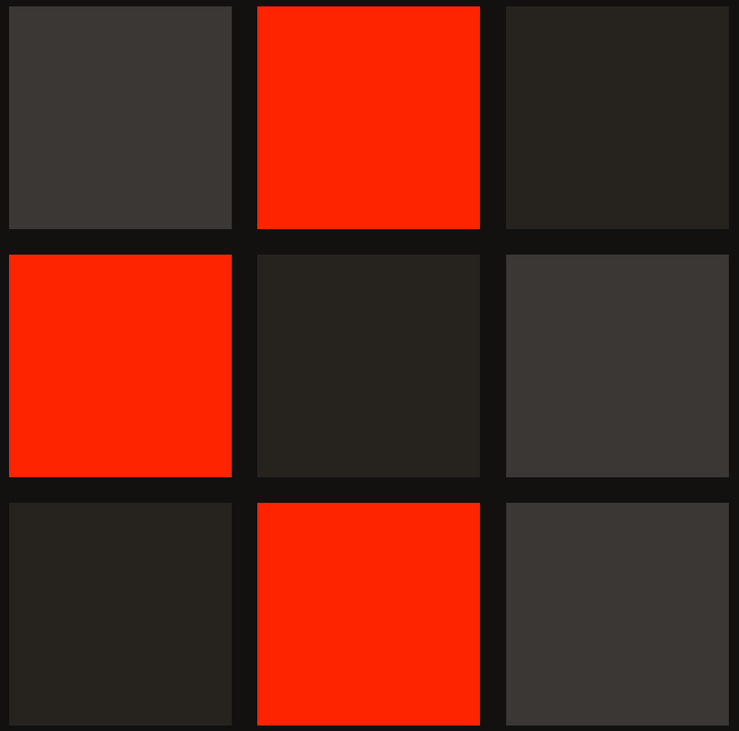
profaj

PAZARLAMA SUNUMU

İhracatçılar İçin Dijital Pazarlama Rehberi

Pazar seçimi, çok dilli site ve fuar öncesi ile sonrası için yol haritası



BU SUNUM

Bu sunum size ne kazandırır

Kimler için

- İhracat yapan ya da yapmak isteyen üreticiler
- Dış ticaret ve pazarlama yöneticileri
- Fuara katılmaya hazırlanan firmalar

Ne kazanırsınız

- Pazar seçimi için sade bir eleme süreci
- Çok dilli site için yapılacaklar
- Fuar öncesi ve sonrası görüşme planı

PAZAR SEÇİMİ

Aday pazardan öncelikli pazara



Ürününüze uygun pazarları sıralayın

Aramaları ve alıcı ilgisini inceleyin

Kimin, nerede sattığına bakın

Standart, belge ve sevkiyatı kontrol edin

Bir iki pazarda başlayın

KRİTERLER

Pazarı dört soruyla eleyin

Kriter	Sorulacak soru
Talep	Ürününüzü arayan alıcı var mı?
Rekabet	Mevcut tedarikçilerden nasıl ayrışırsınız?
Erişim	Alıcıya hangi kanaldan ulaşırsınız?
Uyum	Belge, standart ve gümrük gereklilikleri tamam mı?

ÇOK DİLLİ SİTE

Çeviri değil, yerelleştirme

1

Dil ve ülke

Hangi dil hangi ülkeye hitap ediyor, net olsun.

2

Yerel anlatım

Ürün adlarını ve örnekleri alıcının diline uyarlayın.

3

Adres yapısı

Her dil için ayrı ve düzenli bir adres kullanın.

4

Ölçü ve para birimi

Alıcının kullandığı birimleri gösterin.

ALICI YOLCULUĞU

Alıcı sizi nasıl bulur

1

Keşif

Arama, fuar ya da öneri ile tanışır.

2

Web sitesi

Ürün ve yetkinlikleri inceler.

3

Teklif talebi

Form ya da e-posta ile yazar.

4

Numune

Ürünü deneme aşamasına geçer.

5

Sipariş

İlk siparişle ilişki başlar.

KANALLAR

Kanal kanal ihracat rolleri

Kanal	Rolü	İlk adım
Arama motoru	Ürün arayan alıcıyı yakalar	Ürün sayfalarını alıcının diliyle yazın
İş odaklı sosyal ağ	Karar vericilerle bağ kurar	Şirket sayfanızı ve içeriğinizi hazırlayın
İş platformları	Hazır alıcı trafiğine ulaşır	Ürün katalogunu eksiksiz doldurun
E-posta	Alıcı ilişkisini sürdürür	İzinli bir alıcı listesi kurun

FUAR

Fuarın öncesi, günü ve sonrası

8 hafta önce

Görüşme hedefi ve alıcı listesi

4 hafta önce

Davet ve içerikler hazır

1 hafta önce

Stant ve materyaller tamam

Fuar günleri

Her görüşmeyi kaydedin

1 hafta sonra

Teşekkür ve takip mesajı

1-3 ay sonra

Teklif ve ölçüm

FUAR ARAÇLARI

Fuarda dijitali yanınıza alın

1

Çok dilli katalog

Ürün kataloğunuz alıcının dilinde olsun.

2

QR ile ürün sayfası

Standdaki ürünü sitede detaylı gösterin.

3

Ziyaretçi formu

Her görüşmeyi tek formla kaydedin.

4

Fuar içeriği

Stand ve ürünleri sosyal kanallarda paylaşın.

PAZARA UYUM

Her pazar farklı arar

1	**Arama alışkanlığı**	Alıcının hangi arama motorunu kullandığını araştırın.
2	**Platform tercihi**	Hangi sosyal ve iş platformunun öne çıktığına bakın.
3	**Dil ve ton**	Resmî ya da samimi anlatımı pazara göre seçin.
4	**İletişim saati**	Saat farkını dikkate alarak yanıt verin.

ÖLÇÜM

İhracat panosunda dört gösterge

1

Pazar bazında talep

Hangi ülkeden teklif talebi geliyor?

2

Kanal bazında maliyet

Talep başına harcama hangi kanalda düşük?

3

Dil bazında etkileşim

Hangi dil sürümü ilgi görüyor?

4

Fuar kaynaklı görüşme

Fuardan kaç görüşme teklife döndü?

KONTROL LİSTESİ

Yola çıkmadan önce sekiz madde

- [ ] Aday pazarlar listelendi
- [ ] Belge ve standart gereklilikleri kontrol edildi
- [ ] Teklif formu ve iletişim bilgileri hazır
- [ ] Takip mesajı taslağı yazıldı
- [ ] Talep ve rakip araştırması yapıldı
- [ ] Çok dilli site planı çıkarıldı
- [ ] Fuar görüşme kayıt formu hazır
- [ ] Pazar bazında ölçüm kurgulandı

PROFAJ İLE

Yeni pazarlara birlikte açılalım

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.

Çok dilli müşteri iletişimini Instomer ile karşılayabilir, reklamlarınızı Advetics ile yönetip raporlayabiliriz.

TELEFON

+90 232 320 00 40

E-POSTA

profaj@profaj.com

GÖRÜŞME PLANLAYIN

profaj.com/iletisim/gorusme-planlayin

Bu İşte Beraberiz!