

B²B İŞLETMELER İÇİN GÜÇLÜ E-POSTA PAZARLAMA STRATEJİLERİ

euromsg
express



İçindekiler

B²B ve B²C Pazarlama Arasındaki Farklar	4
Karar Verme Süreçleri	5
B²B Pazarlamanın Temelleri	5
B²B E-Posta Pazarlama	6
B²B İşletmenizi Başarıya Cötürecek E-Posta Pazarlama İpuçları	7
1. Üye Listenizi Bilinçli Oluşturun	7
· İçerik Pazarlaması	7
· Sosyal Medya	7
· Merak Uyandırın	7
2. E-Postalarınız İçin En Doğru Tonu Yakalayın	8
3. Segmentasyondan Faydalanın	8
4. E-posta Pazarlama Otomasyonlarıyla Vakitten Kazanın	9





Dijital pazarlama söz konusu olduğu zaman sıklıkla adı geçen B2B pazarlama haklı olarak pek çok işletmenin radarına girmiştir. B2B ve B2C, şirketlerin pazarlama ve satış uygulamalarını ifade eden terimlerdir. İngilizce olan ve dilimizde yer eden bu terimler **'Business to Business'** ve **'Business to Consumer'** kavramlarının kısaltmasıdır. Bu iki terimin anlamlarından da anlaşılacağı gibi hitap ettiği kitleler de farklıdır. Bu nedenle de pazarlama stratejilerinin ve süreçlerinin de farklı olması kaçınılmazdır.

B2B işletmeler ürünlerini ya da hizmetlerini sunacakları potansiyel müşterilere ulaşmak istiyorlar ve markalarını en iyi şekilde tanıtmak istiyorlarsa dijital pazarlama araç ve kanallarını en etkili şekilde kullanmalıdırlar.



B²B ve B²C Pazarlama Arasındaki Farklar

B2B ve B2C pazarlamanın arasındaki farkların en başında hedef kitleleri gelir. B2C ürünlerin pazarlaması son kullanıcılara yöneliktir. Ayrıca B2C pazarlamada hedef kitle yalnızca ürünü kullanacak kişiler değil aynı zamanda da onu satın alacak insanlar olabilir. Çocuklara yönelik ürünlerinin satın alma kararını verecek olan ebeveynler, Sevgililer Günü için partnerine hediye alacak olan insanlar bunlara örnektir.

Müşteri kitlesinin markalar olduğu B2B pazarlamada ise ürünü satın olacak tek kesim ürünü kullanacak olanlardır. Bu da çok daha iyi bir pazar araştırması yapılmasını ve hedef kitlenin daha net olarak belirlenmesini gerektirir. Kısacası B2C pazarlamada hedef kitle "25-40 yaşındaki çocuk sahibi kadınlar ve erkekler" şeklinde olabilirken B2B pazarlamada bu "emlak sektöründeki orta ölçekli işletmelerin insan kaynakları departmanlarındaki üst düzey yöneticiler" gibi ayrıntılı ve nettir.



Karar Verme Süreçleri

B2B ürün ve hizmetler için karar verme süreçleri B2C satışlarına kıyasla çok daha uzun olabilir. İşletmelerin bir ürüne yatırım yapması için belirli prosedürler bulunur. Ürün karşılaştırması, fiyat analizi gibi adımlar tamamlandıktan sonra gerekli departmanların ve personelin onaylarının da alınması gerekir.

Karar sürecinin uzunluğu pazarlama stratejisinin oluşturulmasında büyük rol oynar. Müşterilerin ürününüzü satın alma sürecindeki işletmenizle olan temas noktalarının her biri pazarlamanızda değerlendirmeniz gereken unsurlardır. Karar süreci uzadıkça bu temas noktalarının sayısı doğru orantılı olarak artacaktır.



B²B Pazarlamanın Temelleri

B2C pazarlamada genellikle duygusal bir temel oluşturulur ve son tüketicinin ya da alıcının hislerine hitap edilir. Örneğin bir deterjan için yapılan pazarlama kampanyasında deterjanın iyi temizleme özelliklerinin yanında kadınların annelik hislerine hitap eden mesajlara yer verilebilir.

B2B pazarlama kampanyalarında ise bu tarz duygusal mesajlara yer yoktur, alıcının mantığına hitap etmeniz gerekecektir. Aynı deterjan markasını bir otel ya da çamaşır yıkama servisi için pazarlayacaksanız üstün temizleme gücünden ve ekonomik olmasından bahsetmeniz gerekir.

B2B pazarlamada ürün ya da hizmetinizin faydalarından bahseden bir mesaja sahip olmanız çoğu zaman yeterli bulunmaz. İkna edici olmak için daha farklı yöntemlerden yararlanmanız gerekebilir. Önceki müşterilerinizden referanslar göstermeli, onların başarıya nasıl ulaştığınıza dair kanıt niteliğinde case study'ler hazırlayabilirsiniz.



B²B E-Posta Pazarlama

B2B işletmeler dijital pazarlamanın akla gelebilecek her aracından, doğru stratejiyi çizebildikleri sürece faydalanabilirler. Fakat şüphesiz ki bu araçların en etkili e-posta pazarlama olacaktır.

E-posta pazarlama doğru kitlelere ulaşmak, onlarla dolaysız bir yoldan iletişim kurmak ve markanızı tanıtmak için ideal bir araçtır. Sosyal medyanın aksine e-posta pazarlamada karakter sınırlamasına takılmazsınız. Anlaşılması zor ve kompleks bir ürününüz varsa tanıtımınızı kolayca yapabilirsiniz.



B²B İşletmenizi Başarıya Götürecek E-Posta Pazarlama İpuçları



1. Üye Listenizi Bilinçli Oluşturun

B2B işletmeler için e-posta listesi oluşturma işlemi B2C işletmelerinkine göre çok daha farklıdır. B2C ürünler için potansiyel müşterilerin her zaman önceden bir ihtiyaç duymuş olması gerekmez, bu ihtiyaç marka ve pazarlamanın gücü tarafından yaratılabilir. B2B’de ise sattığınız ürün ya da hizmet ile alıcı işletmenin mutlaka ilgili olması gerekir.

Bunun için de ilgili müşterileri listenize çekebilecek çeşitli yöntemler sunmanız gerekir. Bu yöntemleri şu şekilde sıralayabiliriz:



· İçerik Pazarlaması

Gated content adı verilen, kapılı içerik olarak çevirebileceğimiz içeriklerle e-posta listenizi başarılı bir şekilde büyütebilirsiniz. Sektörünüzle yakından alakalı ve müşterilerinize fayda sağlayacak yazılı veya video içerikleri hazırlayarak müşterilerinize sunabilirsiniz. Bu dijital içerikleri indirmek isteyen müşterilerden şirket e-postalarını ve iletişim bilgilerini isteyerek sektörünüz ve markanızla direkt olarak ilgili kişileri izinleri dahilinde listenize ekleyebilirsiniz.

· Sosyal Medya

Genelde sosyal medya ile B2B pazarlama çok da alakalı görülmesine de günümüzde LinkedIn ve Twitter gibi platformlar B2B işletmeler için ideal pazarlama noktaları hâline gelebiliyor. Özellikle de LinkedIn üzerinde yine sektörünüzle ilgili ve çalışanlara faydalı olabilecek bilgiler paylaşabilir, güçlü bağlantılar kurarak listenize yeni kişiler ekleyebilirsiniz.



· Merak Uyandırın

Markanız sıklıkla yeni ürün çıkarıyorsa ya da ürünlerde yeni geliştirmeler yapıyorsa bunu müşterilerinize duyurun. Yeniliklerin bültenlerinizde duyurulduğunu belirtin.

2. E-Postalarınız İçin En Doğru Tonu Yakalayın

B2B pazarlama söz konusu olduğu zaman yazılı içeriklerde kullanılan dil ve dilin tonu her zaman kafa karıştırıcı olmuştur. Burada dikkat etmeniz gereken markanızın diğer alanlarda kullandığı ton ve müşteri kitleniz olacaktır.

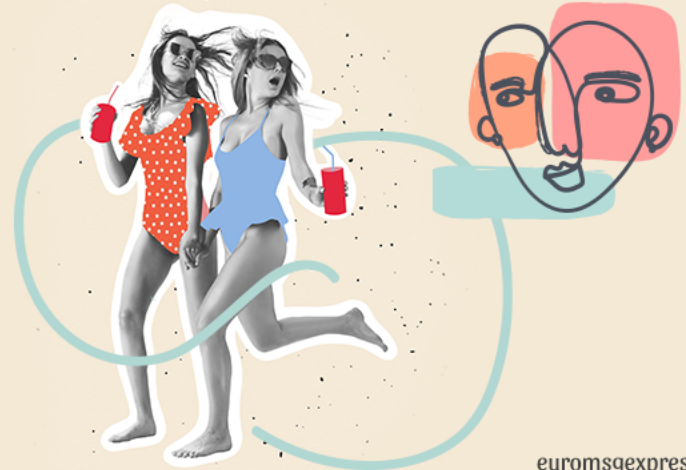
B2B işletmeler B2C'ye göre her zaman daha ciddi ve resmi bir tona sahip olmuştur, fakat günümüzde bu kural da marka kimliğine ve sektöre göre rahatça esnetilebilir. Müşterileriniz işletme de olsa e-postalarınızı okuyacak olanların gerçek insanlar olduğunu unutmamalı, ölçülü bir şekilde samimiyet katmaktan kaçınmamalısınız.

Seçeceğiniz ton ne olursa olsun her işletme ve her sektör için dikkat edilmesi gereken nokta net olunması gerektiğidir. Kelime kalabalığı yapmadan markanızı ve ürün ya da hizmetlerinizi en iyi şekilde tanıtmalısınız. Özellikle de teknik ve dijital ürünleri bilgi kaybı olmadan basit bir şekilde anlatabilmek için ekstra zaman harcamayı göze almalısınız.

3. Segmentasyondan Faydalanın

E-posta listenizdeki üyeleri doğru bilgileri kullanarak segmente edin ve özelleştirilmiş mesajlarla daha başarılı sonuçlar elde edin. Segmentasyon farklı aşamalarda bulunan müşterileri ayırtmak için ideal bir yöntemdir. Listenize üye olmuş fakat henüz ürünü almamış, daha önce ürünlerinizden satın almış fakat uzun süre boyunca tekrar satın alma yapmamış ya da düzenli olarak satın alma yapan müşterilere gönderilmesi gereken e-postalar farklıdır.

Segmentasyon ile bu müşterileri farklı gruplara ayırabilir, onları harekete geçirecek ve markanızla daha ilgili bir hâle getirecek e-postalar hazırlayabilir ve dönüşüm oranınızı yükseltebilirsiniz.



4. E-posta Pazarlama Otomasyonlarıyla Vakitten Kazanın

Genel kanının aksine küçük veya orta ölçekli işletmeler de pazarlama otomasyonlarından faydalanarak iş yüklerini azaltabilirler. Başlangıçta e-posta listelerinizde az sayıda kişi olacağı için e-posta pazarlama çalışmalarınızı manuel olarak yapabileceğinizi düşünebilirsiniz, fakat zaman ilerledikçe üye sayınız artacaktır. Sonrasında manuel çalışmadan otomasyona geçiş çok daha zorlayıcı olacaktır.

Otomasyon araçlarının faydaları işlemlerin daha kısa sürede tamamlanmasıyla kalmaz. E-posta pazarlama otomasyonları, insan eliyle yapılabilecek olan hataları tamamen ortadan kaldırır, doğru müşterilere doğru mesajların gittiğine emin olmanızı sağlar, hoşgeldin postası, işlem onayı gibi transactional e-postaların sorunsuz bir şekilde gitmesini sağlar.





euormsg
express

Hızlı ve Güvenli E-posta Pazarlama

euormsg express ile, kolay ve güvenli bir şekilde
kampanyalarınızı oluşturun, kurun ve gönderin!

www.euormsgexpress.com