

Fuar ve İhracat Stratejileri Rehberi

Dijital Pazarlama Entegrasyonu İle İhracat Hedeflerini Gerçekleştir!

Nihat KILIÇ | www.nihatkilic.com

1. Fuar Öncesi Hazırlık Stratejileri

a) Dijital Varlıklarınızı Optimize Edin

- **Web Sitesi Güncellemesi:**
 - Web sitenizi, katılacağınız fuarla ilgili özel bir sayfa ekleyerek güncelleyin.
 - Örnek içerikler:
 - "Bizi [Fuarın Adı]'da Ziyaret Edin!"
 - Fuar standı numarası, tarih ve saat bilgileri.
 - Fuar sırasında tanıtılacak yeni ürünlerin bilgileri.
 - SEO optimizasyonu: Fuara ve sektörünüze yönelik anahtar kelimeler ekleyin.
- **Dijital Showroom:**
 - Ürünlerinizi sanal olarak sergileyebileceğiniz bir showroom oluşturun. Böylece fuara gelemeyen müşterilere de ulaşabilirsiniz.

b) E-posta Pazarlama Kampanyaları

- Hedef kitlenize özel bir e-posta serisi hazırlayın:
 - **Davet E-postası:**
 - Örnek: "Sizi [Fuar Adı]'nda Standımıza Bekliyoruz!"
 - **Hatırlatma E-postaları:**
 - Fuar tarihine yakın zamanlarda bir veya iki hatırlatma e-postası gönderin.
 - **Özel Tanıtım Teklifleri:**
 - Fuar sırasında geçerli olacak özel kampanya veya indirimlerden bahsedin.

c) Sosyal Medya Kampanyaları

- **Fuar Öncesi Duyuru:**
 - Katılacağınız fuarı sosyal medya hesaplarınızda duyurun.
 - Örnek: "Bizi [Fuar Adı]'da Ziyaret Edin! Yeni koleksiyonumuzu görmek için [Stand Numarası]'na bekliyoruz."
- **Hedefli Reklamlar:**
 - Fuarın düzenleneceği ülkedeki potansiyel müşterilere yönelik LinkedIn, Instagram ve Facebook reklam kampanyaları hazırlayın.

d) Hedef Pazar Araştırması

- **Google Analytics ve Reklam Verileri:**
 - Fuarın düzenleneceği ülke ve çevresindeki müşteri taleplerini analiz edin.
- **Rakip Analizi:**
 - Rakiplerinizin fuar katılım stratejilerini dijital ortamda inceleyin (ör. web siteleri, sosyal medya kampanyaları).

2. Fuar Sırasındaki Stratejiler

a) Dijital ve Fiziksel Tanıtımın Entegrasyonu

- **QR Kod Kullanımı:**
 - Standınıza gelen ziyaretçilere, ürün kataloğunuza veya dijital showroom'unuza yönlendiren QR kodlar sağlayın.
 - Örnek: "Bu kodu tarayarak tüm ürünlerimizi inceleyin."
- **Canlı Yayınlar:**
 - Instagram, LinkedIn veya YouTube üzerinden standınızı ve ürünlerinizi canlı olarak tanıttın.
 - Örnek: "Fuarı ziyaret edemeyenler için canlı yayında yeni koleksiyonumuzu tanıtıyoruz!"

b) Hedefli Veri Toplama

- Standınızı ziyaret eden kişilere yönelik:
 - E-posta adresi, telefon numarası ve iş alanları hakkında bilgi toplayın.
 - Dijital araçlar: Dijital form veya tablet kullanarak kolayca veri toplayabilirsiniz.

c) Etkileşimli Stand Tasarımı

- **Sanal Gerçeklik (VR) veya Artırılmış Gerçeklik (AR):**
 - Mobilyalarınızı VR/AR deneyimleriyle sergileyin. Örneğin, bir odada mobilyalarınızın nasıl görüneceğini gösterebilirsiniz.

d) Sosyal Medya Anlık Paylaşımları

- **Hikaye ve Post Paylaşımları:**
 - Fuar sırasında standınızdan fotoğraf ve videolar paylaşarak anlık etkileşim sağlayın.
 - Etiketler ve hashtag'ler: Fuara özel hashtag'leri kullanarak görünürlüğünüzü artırın.
 - Örnek Hashtag: #GlobalFurnitureExpo2025, #FurnitureInnovation

3. Fuar Sonrası Stratejiler

a) Ziyaretçi Verilerinin Değerlendirilmesi

- Fuar sırasında topladığınız müşteri verilerini analiz edin ve CRM (müşteri ilişkileri yönetimi) sisteminize entegre edin.
- **E-posta Pazarlama:**
 - Standınızı ziyaret edenlere teşekkür e-postası gönderin.
 - Özel teklifler içeren bir e-posta hazırlayın: "Fuar sonrası avantajlardan yararlanın, %10 indirim fırsatını kaçırmayın!"

b) Dijital Pazarlama Kampanyalarını Devam Ettirin

- **Retargeting (Yeniden Hedefleme) Reklamları:**
 - Standınızı ziyaret eden ancak henüz dönüşüm sağlamayan müşterilere reklamlar gösterin.
- **Video Pazarlama:**
 - Fuar sırasında çektiğiniz videoları düzenleyerek sosyal medya, web siteniz ve e-posta kampanyalarınızda paylaşın.

c) Başarı Hikayeleri ve Referanslar

- Fuar sonrası kazandığınız müşterilerin başarı hikayelerini paylaşın.

- Örnek: "ABC Şirketi, fuar sırasında tanıştığımız en yeni distribütörümüz ve şimdi Avrupa'da büyüyoruz!"

4. Dijital Pazarlama Araçları Önerileri

- **Google Ads ve LinkedIn Ads:**

- Hedef pazarda fuar öncesi ve sonrası reklam kampanyaları yürütmek için etkili platformlar.

- **HubSpot veya Zoho CRM:**

- Fuar sırasında topladığınız müşteri verilerini yönetmek ve kişiselleştirilmiş iletişim sağlamak için.

- **Canva ve Adobe Express:**

- Fuar için özel sosyal medya içerikleri ve görseller oluşturmak için.

5. Başarı Ölçümü ve Geliştirme

- **Fuar Katılımı KPI'ları:**

- Stand ziyaretçi sayısı.
- Toplanan müşteri verisi.
- Fuar sonrası dönüşüm oranı (satış veya iş birliği).

- **Dijital Pazarlama KPI'ları:**

- Web sitesi trafiği.
- E-posta açılma oranları.
- Reklam tıklama ve dönüşüm oranları.



Sorularınız ve destek talepleriniz için
kahve içmeye bekleriz!

Saygılarımla,

Nihat KALIN

www.vizyonmedya.com.tr

nihat@vizyonmedya.com.tr

0533 399 32 02