

SUNUM

STRATEJILER

MÜŞTERILERİ ÇEKMEK VE ELDE
TUTMAK



GİRİŞ

Pazar araştırması, işletmeler için kritik bir araçtır, ancak birçok girişimci bunun kârlılık üzerindeki etkisini küçümser. Tüketici davranışları, pazar trendleri ve rekabet dinamikleri hakkında içgörüler sağlayarak, pazar araştırması işletmelerin başarıya ulaşmasını sağlayan bilinçli kararlar almasına yardımcı olur.

1. Pazar Araştırmasının Kârlılıktaki Rolü

Birçok girişimci, harika bir ürün veya hizmetin başarıyı garanti etmek için yeterli olduğunu varsayar. Ancak, pazar ortamını anlamadan hareket ederlerse maliyetli hatalar yapma riskiyle karşı karşıya kalırlar. Pazar araştırması, işletmelere şu konularda yardımcı olur:

- Müşteri ihtiyaçlarını belirleme: Müşterilerin gerçekten ne istediğini anlamak, işletmelerin sunduklarını buna göre uyarlamalarını sağlar.
- Riskleri azaltma: Pazar doğrulaması olmadan bir ürüne veya hizmete yatırım yapmak finansal kayıplara yol açabilir. Araştırma, bu riski en aza indirmeye yardımcı olur.
- Fiyatlandırma stratejilerini optimize etme: Müşterilerin ne kadar ödemeye istekli olduğunu bilmek, rekabetçi ancak kârlı fiyatlandırmayı sağlar.
- Pazarlama verimliliğini artırma: Doğru kitleye doğru mesajla ulaşmak, dönüşüm oranlarını iyileştirir ve reklam maliyetlerini düşürür.



2. Bilgiye Dayalı İş Kararları Alma

Her iş kararı, ürün geliştirmeden genişlemeye kadar, varsayımlar yerine verilere dayanmalıdır. Pazar araştırması şunları sağlar:

- Rekabet analizi: Rakiplerin güçlü ve zayıf yönlerini anlamak, işletmelerin kendilerini etkili bir şekilde konumlandırmasına yardımcı olur.
- Sektör trendleri: Pazar değişimlerini önceden görmek, uzun vadeli geçerliliği korumayı sağlar.
- Müşteri segmentasyonu: Farklı müşteri gruplarını belirlemek, daha kişiselleştirilmiş ve etkili pazarlama stratejileri oluşturmayı mümkün kılar.
- Fizibilite değerlendirmesi: Yeni bir ürün piyasaya sürmeden veya yeni bir pazara girmeden önce, araştırma uygulanabilirliği ve potansiyel başarıyı belirler.





ÖNERİLEN STRATEJİLER





Strateji 1: Pazar Araştırmasının Önemi Anlatmak

Mevcut Zorluk

Pazar araştırmasının faydaları hakkında anlayış eksikliği.

Önerilen Eylemler

- ✓ Eğitim içerikleri oluşturun: Pazar araştırmasının finansal kayıpları nasıl önleyebileceği hakkında makaleler ve LinkedIn paylaşımları.
- ✓ Ücretsiz mini denetimler sunun: Değer gösterimi yapmak için bir örnek içgörü sağlayın.

→
Her birini açıklayalım.

1.EĞİTİCİ İÇERİK OLUŞTURMA

Amaç

Pazar araştırmasının işletmelerin finansal risklerden kaçınmalarına ve kârlılıklarını artırmalarına nasıl yardımcı olduğunu farkındalık yaratmak.

Eylemler

- LinkedIn ve diğer platformlarda (mümkünse) pazar araştırmasının iş başarısı üzerindeki doğrudan etkisini açıklayan makaleler yayınlayın.
- Pazar araştırması eksikliği nedeniyle zarar gören işletmelerin vaka çalışmalarını ve gerçek yaşam örneklerini paylaşın.
- Anahtar faydaları vurgulayan infografikler ve kısa videolar oluşturun.
- Yaygın yanlış anlamaları ele alın ve basit, pratik bilgiler sağlayın.

beklenen sonuçlar

- Girişimciler arasında pazar araştırması konusunda daha iyi bir anlayış.
- Pazar araştırması konusunda düşünce lideri olarak artan etkileşim ve güvenilirlik.
- Pazar araştırması hizmetlerine yönelik artan talep.





2. ÜCRETSİZ MINI DENETİMLER SUNMAK

Amaç

Pazar araştırmasının değerini, uygulanabilir içgörüler sunarak göstermek.

Eylemler

- Potansiyel müşterilere ücretsiz başlangıç pazar değerlendirmeleri sunun.
- Sektörleri, rakipleri ve müşteri trendleri hakkında anahtar içgörüler içeren kısa bir rapor sağlayın.
- Pazar araştırmasının, stratejilerini optimize etmelerine ve finansal risklerden korunmalarına nasıl yardımcı olabileceği alanları vurgulayın.
- Tam pazar çalışması için önerilerde bulunun.

beklenen sonuçlar

- Tam ölçekli pazar araştırması hizmetlerine artan ilgi.
- Güçlü müşteri güveni ve etkileşimi.
- Daha fazla işletmenin, finansal riskleri azaltarak veri odaklı kararlar alması.

Uygulama için Önerilen Gündem

1. Hafta - İçerik Planlaması ve Strateji Geliştirme

- LinkedIn gönderileri ve makaleleri için anahtar konuları belirleyin.
- İçeriği desteklemek için vaka çalışmaları ve istatistikleri araştırın.
- İlk iki makaleyi taslak olarak hazırlayın.

2. Hafta - İçerik Oluşturma ve İlk Paylaşım

- İlk LinkedIn makalesini tamamlayın ve yayınlayın.
- İnfografikler ve kısa videolar oluşturun.
- Bir paylaşım takvimi planlayın (örneğin, haftalık güncellemeler).

3. Hafta - Ücretsiz Mini Denetim İnisiyatifi Başlatma

- Basit bir mini-denetim şablonu geliştirin.
- İnisiyatifi LinkedIn ve diğer platformlar üzerinden duyurun.
- İlgili duyan işletmelere mini-denetimler sunmaya başlayın.

4. Hafta - Etkileşim ve Takipler

- Mini-denetim katılımcılarından geri bildirim toplayın.
- LinkedIn'deki yorumlar ve sorularla etkileşime geçin.
- Mini-denetim sonuçları ve yaygın bulgulara dayalı ikinci bir makale yayınlayın.

Sürekli Eylemler

- Haftalık olarak eğitici içerik paylaşımına devam edin.
- Mini-denetimler için ulaşımı genişletin.
- Mini-denetim potansiyel müşterilerini ücretli müşterilere dönüştürün.



STRATEJİ 2: İşletme Bütçelerine Uygun Çözümler Sunmak

Pek çok KOBİ ve girişimci, yüksek maliyetler ve karmaşık süreçler nedeniyle pazar araştırmalarına erişimde zorluk yaşamaktadır. Bu sorunu çözmek için, ihtiyaçlarına göre uyarlanmış esnek fiyatlandırma modelleri öneriyoruz. Bu modeller, değerli içgörüler sunarak büyümelerini ve karar verme süreçlerini desteklerken, aynı zamanda uygun fiyatlı olmasını sağlayacaktır.

Amaç

Pazar araştırmasını KOBİ'ler ve girişimciler için erişilebilir hale getirmek.

Esnek Fiyatlandırma Modelleri

- 📌 Başlangıç Paketi : Hızlı, basitleştirilmiş araştırmalar daha düşük maliyetle.
- 📌 Modüler Araştırma : Müşteriler ihtiyaçlarına göre belirli hizmetleri seçer.
- 📌 Abonelik Planları : Düzenli pazar güncellemeleri avantajlı fiyatlarla.

→
Her birini açıklayalım

📌 Modüler Araştırma – Özelleştirilmiş Hizmetler

Hedef: İşletmelerin yalnızca ihtiyaç duydukları araştırma bileşenlerini seçmelerine olanak tanımak.

Özellikler:

- Müşteriler belirli hizmetleri seçebilir (örneğin, tüketici anketleri, rakip analizi, fiyatlandırma stratejisi, vb.).
- Bütçe ve önceliklere dayalı ölçeklenebilir araştırma yaklaşımı.

Beklenen Etki:

- Sınırlı bütçelere sahip işletmeler için daha fazla esneklik.
- Kişiselleştirilmiş hizmet nedeniyle daha yüksek etkileşim.

📌 Abonelik Planları – Sürekli Pazar Zekâsı

Hedef: Düzenli pazar güncellemelerini avantajlı fiyatlarla sunmak.

Özellikler:

- Sektör trendleri, tüketici davranışları ve rekabet hakkında aylık veya çeyrek raporlar.
- Abonelere özel indirimler.
- Veri odaklı karar verme için sürekli danışmanlık desteği.

Beklenen Etki:

- Sürekli değer sağlayan uzun vadeli müşteri ilişkileri.
- İşletmeler, güncel içgörülerle pazar trendlerinin önünde kalır.

.

1. ESNEK FİYATLANDIRMA MODELLERİ

📌 Başlangıç Paketi – Hızlı ve Uygun Fiyatlı Pazar Araştırması

Hedef: KOBİ'ler ve girişimcilere, temel pazar içgörülerini elde etmek için uygun maliyetli bir yol sunmak.

Özellikler:

- Anahtar bulgularla hızlı, basitleştirilmiş pazar araştırması.
- Temel rakip analizi ve müşteri trendleri.
- Hızlı dönüş süreleri ile acil karar almayı destekleme.

Beklenen Etki:

- Pazar araştırmasına yeni başlayan işletmeler için uygun fiyatlı giriş noktası.
- Temel içgörülerle daha hızlı karar alma.

Uygulama için Önerilen Gündem

1. Hafta - Strateji Geliştirme ve Fiyatlandırma Modeli Nihayete Erdirme

- Her plan için fiyatlandırma yapılarını belirleyin.
- Her hizmet için araştırma kapsamını belirleyin.
- Tanıtım materyalleri ve sıkça sorulan soruları (SSS) geliştirin

2. Hafta - İçerik Oluşturma ve Pazarlama Başlatma

- İlk LinkedIn makalesini tamamlayın ve yayınlayın.
- İnfografikler ve kısa videolar oluşturun.
- Bir paylaşım takvimi planlayın (örneğin, haftalık güncellemeler).

Hafta 3 - Müşteri Temasları ve Pilot Teklifler

- Sınırlı süreli erken benimseyenlere özel bir teklif duyurun.
- LinkedIn ve e-posta kampanyaları aracılığıyla KOBİ'lere ve startup'lara ulaşın.
- İlk Başlangıç Paketi ve Modüler Araştırma hizmetlerini sunmaya başlayın.

Hafta 4 - Geri Bildirim Toplama ve Düzenlemeler

- İlk müşterilerden geri bildirim toplayın.
- Talebe göre fiyatlandırma ve hizmet tekliflerini ayarlayın.
- Müşteri referanslarını ve başarı hikayelerini yayınlayın.

Sürekli Eylemler

- Hizmetleri LinkedIn ve sektör ağları aracılığıyla tanıttın.
- Verimliliği artırmak için araştırma metodolojilerini sürekli olarak geliştirin.
- Startup kuluçka merkezleri ve KOBİ ağlarıyla ortaklıkları genişletin.



STRATEJİ 3: Stratejik Ortaklıklar Kurma

"Ortaklıklar Neden Önemlidir?"

Erişimi ve güvenilirliği genişletir.

"Potansiyel Ortaklar"

- Incubatörler, ticaret odaları, girişimci dernekleri.
- Güvenilir verilere ihtiyaç duyan danışmanlık firmaları ve pazarlama ajansları.
- Yatırımcılar ve ortak finansmanlı araştırmalar için fon sağlayan kuruluşlar.

Uygulama İçin Önerilen Gündem

1 hafta - Araştırma ve Ortak Tanımlama

2. Hafta - İlk Temas ve Ağ Kurma

3. Hafta - Ortaklık Müzakeresi ve Anlaşması

- Potansiyel stratejik ortakların bir listesini oluşturun.
- Pazarlarındaki varlıklarını, sundukları hizmetleri ve iş hedefleriyle uyumlarını analiz edin.
- LinkedIn ve sektörel etkinlikler aracılığıyla kilit karar alıcılarla iletişim kurun.

- E-posta, LinkedIn veya doğrudan toplantılar aracılığıyla iletişime geçin.
- İlişki kurmak için ağ oluşturma etkinliklerine katılın.
- Değer önerilerini sunun ve işbirliği olanaklarını keşfedin.

- Seçilen ortaklarla iş birliğinin kapsamını belirleyin.
- Ortaklık anlaşmalarını taslak haline getirin ve sonlandırın.
- Açık hedeflerle bir uygulama yol haritası oluşturun.

Hafta 4 - Lansman & İlişki Kurma

Devam Eden Eylemler

- İlk ortak projeyi, hizmeti veya pazarlama girişimini hayata geçirin.
- Ortaklığın lansmanını LinkedIn ve sektör platformları aracılığıyla duyurun.
- İlerlemenizi takip edin ve iyileştirme için geri bildirim toplayın.

- Ortaklık ilişkisini güçlendirmek için düzenli olarak iş ortaklarıyla etkileşimde bulunun.
- Ortaklık performansını değerlendirin ve stratejileri optimize edin.
- İş birliğini genişletme fırsatlarını keşfedin.

STRATEJİ 4: Görünürlüğe ve Ağ Kurmaya Odaklanma

Güçlü bir marka bilinirliği ve güvenilirlik oluşturmak, iş büyümesi için esastır. Bunu başarmak için görünürlüğe ve ağ kurmaya stratejik bir odaklanma gereklidir. Bu rapor, üç temel yaklaşımı özetlemektedir: LinkedIn’de aktif katılım, iş etkinliklerine katılım ve itibarı ile güveni artırmak için müşteri referanslarından yararlanma.

—————→
Hadi açıklayalım



1. ARKA BİLİNİRLİĞİNİ ARTIRMAK İÇİN ANAHTAR YÖNTEMLER

◆ Soylu Bir Düşünce Liderliği Kurun - LinkedIn'de Aktif Olun

Amaç: Şirketi piyasa araştırmalarında güvenilir bir otorite olarak konumlandırmak.

Eylemler:

- Sektörle ilgili bilgiler, vaka çalışmaları ve başarı hikayeleri paylaşarak haftalık gönderiler yayınlayın.
- Görünürlüğü artırmak için yorumlara ve tartışmalara katılın.
- Sektördeki profesyoneller, potansiyel müşteriler ve iş ortakları ile bağlantı ku

run.

Beklenen Etki:

- Pazar araştırması uzmanı olarak artan güvenilirlik ve tanınırlık.
- Daha yüksek etkileşim ve potansiyel iş fırsatları



◆ İş Etkinliklerine ve Ticaret Fuarlarına Katılın - Ağınızı Genişletin

Amaç: Karar vericilerle bağlantı kurmak ve potansiyel müşterilere hizmetleri tanıtmak.

Eylemler:

- İlgili sektör etkinliklerini ve ağ oluşturma oturumlarını belirleyip katılmak.
- Güçlü bir sunum ve tanıtım materyalleri hazırlamak.
- Etkinlikler sırasında kurulan bağlantılarla takip iletişimi sağlamak.

Beklenen Etki:

- Doğrudan ağ kurma yoluyla yeni iş fırsatları.
- Önde gelen sektör oyuncularını arasında artan görünürlük.



◆ Müşteri Referanslarını Kullanın - Güven Oluşturun

Amaç: Müşteri memnuniyetini öne çıkararak marka itibarını güçlendirmek.

Eylemler:

- Memnun müşterilerden referanslar isteyerek bunları LinkedIn'de ve pazarlama materyallerinde paylaşmak.
- Başarı hikayelerini vaka çalışmaları aracılığıyla paylaşmak.
- Müşterileri, hizmetleri kendi ağlarında önermeye teşvik etmek.

Beklenen Etki:

- Artan güven ve itibar.
- Daha fazla yönlendirme ve müşteri kazanımı.

Uygulama İçin Önerilen Gündem".

Shaft 1 - LinkedIn Etkileşim Stratejisi

Shaft 2 - Etkinlik Planlaması ve Ağ Kurma

S 3 - Müşteri Yorumları Toplama

- LinkedIn paylaşımları için bir içerik planı geliştirin (sektör içgörüler, başarı hikayeleri, referanslar).
- Paylaşımlara başlayın ve sektör profesyonelleriyle etkileşimde bulunun.
- Anahtar karar vericilerle tanışın ve bağlantı kurun.

- Yaklaşan iş etkinliklerini ve ticaret fuarlarını araştırın.
- İlgili etkinliklere kaydolun ve ağ kurma materyallerini hazırlayın.
- Bu etkinliklere katılacak potansiyel ortaklar ve müşterilerle iletişime geçin.

- Memnun müşterilerle geri bildirim ve referans için iletişime geçin.
- Profesyonel görünümlü referanslar oluşturun (metin, video veya vaka çalışmaları).
- Referansları LinkedIn ve pazarlama materyallerinde yayınlayın.

S 4 - Katılım ve Takipler

Ongoing Actions

- İçerik paylaşmaya ve LinkedIn'de etkileşimde bulunmaya devam edin.
- Planlanan iş etkinliklerine katılın ve etkili bir şekilde ağ kurun.
- Ağ kurma çabalarınızla oluşturduğunuz bağlantıları takip edin.

- LinkedIn etkinliğini tutarlı bir şekilde sürdürün.
- Düzenli olarak sektör etkinliklerine katılın ve ağ kurma fırsatlarına dahil olun.
- Sürekli olarak yeni müşteri referanslarını güncelleyin ve sergileyin.



SONUÇ OLARAK

Key Takeaway

- Market research should become an essential reflex for businesses

Final Thought

- Implementing these strategies will position market research as a critical tool for sustainable business growth in Côte d'Ivoire.

İletişim

✉ sevim.kilickaya@ttcwa.com / haluk.ilhan@ttcwa.com

[in](#) GHRESEARCH WEST AFRICA

📍 Abidjan, Côte d'Ivoire

Teşekkür ederim !