

# SOCIAL SELLING ON LINKEDIN



## LinkedIn Social Selling Stratejileri ile İhracat

## **LinkedIn Social Selling Teknikleri İle İhracatınızı Katlayın.**

LinkedIn bugün dünya üzerinde B2B satışta en değerli platform. Bizler BAZ Girişim'de LinkedIn'i B2B satışta tüm ekibimizle birlikte çok etkili bir şekilde kullanıyoruz. Ekibimizin LinkedIn profilleri aşağıda.

- <https://www.linkedin.com/in/abdullahoskay/>
- <https://www.linkedin.com/in/%C5%9Feyma-nur-duran/>
- <https://www.linkedin.com/in/hatice-akbulut-50b9a7288/>
- <https://www.linkedin.com/in/s%C3%BCmeyye-danac%C4%B1/>

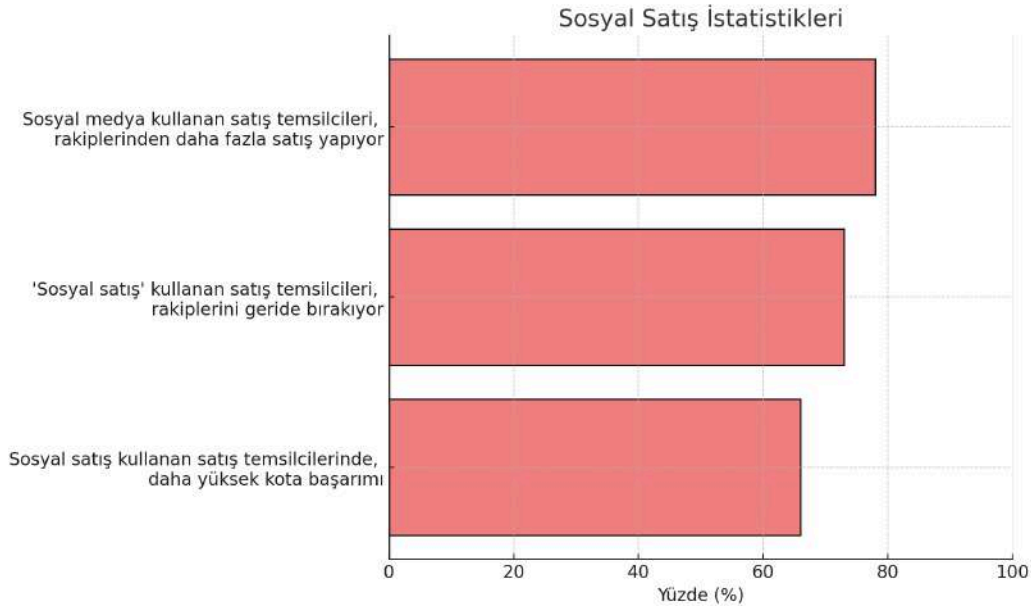
Türkiye'nin ihracat ajansı **BAZ Girişim** olarak çalıştığımız firmalara da **B2B pazarlamasında** önce sitelerine, sonra **LinkedIn** ve **Youtube** kanallarına önem vermelerini tavsiye ediyoruz. Bunun en önemli nedeni satışın artık giderek sosyal satış tekniklerine kayması. Bununla ilgili daha önce hazırladığımız bir diyagramı yeniden sizlerle paylaşıyoruz.

<https://whimsical.com/b2b-ihracat-pazarlamas-3xFHuyybXEDhVRg1v8kFqy>

Bu yazıda, **LinkedIn social selling kavramını**, social selling stratejilerini ve bu stratejilerin ölçülmesini ele alacağız. Ayrıca, sosyal satış sürecinizi nasıl optimize edebileceğinize dair pratik öneriler sunacağız.

### **1. LinkedIn Social Selling Nedir?**

Sosyal satış, günümüz iş dünyasında yalnızca bir seçenek değil, başarıya ulaşmak için bir zorunluluk. LinkedIn, sosyal satış stratejilerinin merkezinde yer alıyor. **Sosyal satış**, potansiyel alıcılarla daha güçlü bağlar kurmanızı ve satış süreçlerinizi hızlandırmada kritik. Ancak, sosyal satış yalnızca LinkedIn üzerinden bağlantılar kurmak ve içerik paylaşmaktan ibaret değil. Aynı zamanda bu süreçleri etkili bir şekilde yönetmek, ölçmek ve optimize etmek de önemli.



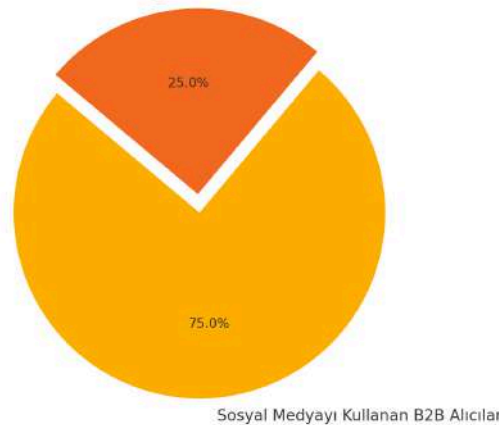
**LinkedIn social selling**, sosyal medya platformlarını kullanarak alıcılarla daha etkili ve kişiselleştirilmiş bir şekilde iletişim kurmak. Ancak bu, geleneksel satış yöntemlerini tamamen geride bırakmak anlamına gelmiyor. **Sosyal satış, geleneksel satış yöntemlerini destekleyen ve hızlandıran bir araç.** Örneğin, telefon görüşmeleri, e-posta ve yüz yüze toplantılar gibi yöntemler, sosyal satış stratejileriyle harmanlanabiliyor. Kendi deneyimlerimizden çıkardığımız dersler, sosyal satış tekniklerini kullanarak gelen müşterilerle satış kapatma, önceden oluşmuş sosyal güven nedeniyle çok daha hızlı oluyor.



### Peki Sosyal Satış Neden Önemli?

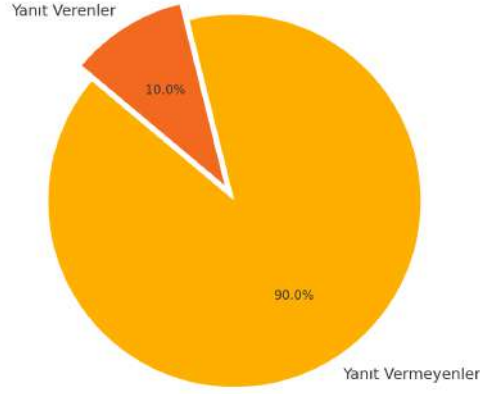
Sosyal satış, öncelikle **B2B karar alıcılarının** sosyal medyayı yaygın kullanması nedeniyle önemli. B2B alıcılarının %75'i, tedarikçiler hakkında bilgi almak için sosyal medyayı kullanıyor.

B2B Alıcılarının Sosyal Medya Kullanımı



Sosyal satışın önemli olmasının ikinci nedeni ise, sosyal satışla desteklenmeyen soğuk iletişime karar alıcıların önemli bir kısmının yanıt vermemesinden kaynaklanıyor. LinkedIn'in yaptığı araştırmalara göre bu oran yüzde 90.

### Soğuk İletişime Yanıt Vermeyen Karar Vericiler



## 2. Sosyal Satış Stratejileri

Geçtiğimiz yıl Isparta Ticaret ve Sanayi Odasında yeni nesil ihracat satış teknikleri üzerine bir seminer vermiştim. Aralarda beni sürekli sıkıştıran, sorular soran bir kişi vardı. 7-8 ay sonra bana bir mesaj attı. “İstifa edip kendi işinizi kurmanız bana ayrı ilham verdi, anlattıklarınız ayrı ilham. Kendi işimi kurdum ve belirttiğiniz tekniklerle 700 bin dolar ihracat gerçekleştirdim.”

# Social Selling on LinkedIn: The Ultimate Guide

Download Now: 50+ Social Selling Tips

[Hubspot'un Sosyal Satış Tekniklerine İlişkin Harika Bir İngilizce Rehberi var. İncelemenizi öneririz.](#)

LinkedIn sosyal satış teknikleri işte anlayıp uygulayabilene bu kapıları kolaylıkla açabilecek bir yöntem. Peki LinkedIn'de sosyal satış yaparken nelere dikkat etmeli?

### a. Kişiselleştirilmiş Yaklaşım

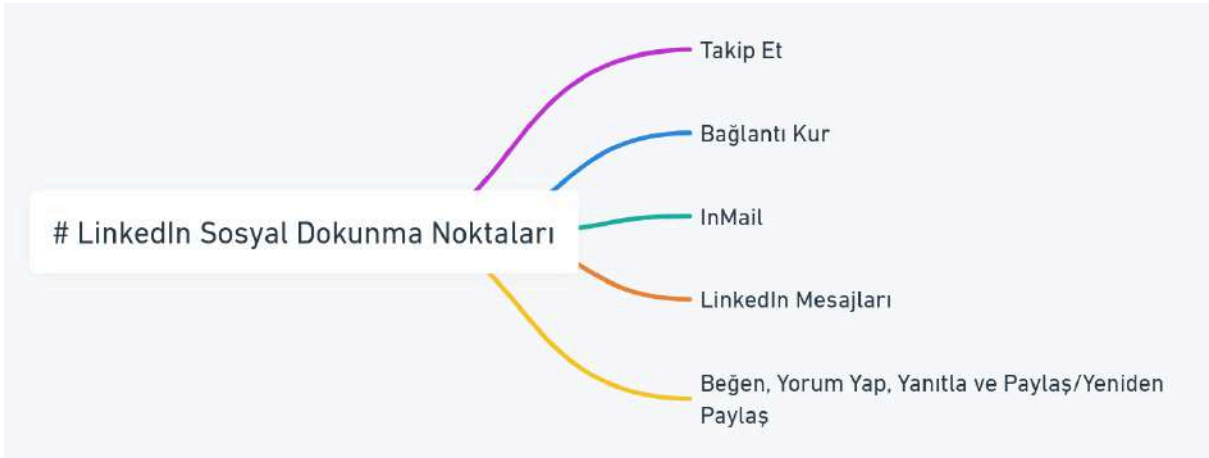
**Kişiselleştirme**, sosyal satışın temel taşı. Alıcılarınızın ihtiyaçlarını, ilgi alanlarını ve hedeflerini anlamadan etkili bir iletişim kurmak mümkün değil. Bunun için öncesinde alıcılarınızı iyice araştırmanız gerekli. Bunu yapmak için aşağıdaki adımları uygulayabilirsiniz.



## b. Sosyal Dokunuşlar

**Sosyal dokunuşlar, sosyal satışta en önemli kısmı oluşturuyor.** Alıcılarınızla nazik ve etkili bir şekilde bağlantı kurmanızın yolu sosyal dokunuşlardan geçiyor. Sosyal dokunuşlar olmadan etkili bir dönüş almak ve iletişim kurmak zor. Sosyal dokunuş dediğimizde ise aşağıdaki hususları anlamanız gerekli.

- **Yorumlar:** Alıcılarınızın LinkedIn gönderilerini beğenin ve anlamlı yorumlar bırakın. Yorumlarınız en az dört kelimedenden oluşsun. Alıcı olabileceğini düşündüğünüz kişiler için profillerindeki zili açın. Bu sayede her paylaştığını görür ve etkileşimde kalabilir ve fark edebilirsiniz.
- **Bağlantı Talepleri:** Alıcılarınıza kişiselleştirilmiş bağlantı talepleri göndererek ağınıza genişletebilirsiniz.



## Örnek InMail Mesajı

LinkedIn'de InMail oldukça önemli bir araç. Premium hesaplardan ayda 150 InMail mesajı atabiliyorsunuz. LinkedIn'de atılan mesajlara dönüş oranı oldukça yüksek. Düşünün, her gün

yüzlerce e-posta geliyor ama LinkedIn'den yalnızca 3-5 mesaj geliyor. Okuma, fark edilme ve dönüş yapılması olasılığı yüksek.

**Hey [İsim],**

*Tebrikler, yeni pozisyonunuzda başarılar dilerim! Sektördeki bazı ortak tanıdıklarımız sayesinde sizi duydum ve kendimi tanıtmak istedim. Ben [Adınız], [Firmanızın Adı]'da [Pozisyonunuz]. Ürünlerimiz ve yenilikçi boya çözümlerimizle sektörde güçlü bir değer yaratıyoruz. Bağlantı kurarak fikir alışverişinde bulunmaktan mutluluk duyarım.*

**[Adınız]**

**[Pozisyonunuz] @ [Firmanız]**

*[P.S.: Eğer kişisel bir ilgi alanı biliyorsanız buraya eğlenceli bir not ekleyebilirsiniz.]*



### c. İçerik Paylaşımı

Sosyal satışta en önemli husus düzenli içerik paylaşımı. Düzenli paylaşımlarınızla görünür ve güncel kalırsınız. İçerik üretirken öğrenirsiniz. Paylaşımlarınızla kişilere iletişime açık olduğunuzu gösterir ve size kolayca ulaşmalarını sağlarsınız. Kişiler markalarla değil, insanlarla iletişime geçmeye daha meyillidir. Alıcılar paylaşımlarınız aracılığıyla sizi otorite olarak görür.

#### Peki nasıl içerikler paylaşmalı?

İçerik paylaşımında her yöntemi denemeniz uygun. Uzun yazılar, kısa yazılar, uzun videolar, kısa videolar, karusel kaydırmalı postlar, pdf'ler, white paperlar, diğer birçok içerik türü.

- **Aylık Uzun Makaleler:** 800+ kelimelik içerikler oluşturun. Yazılarınızda dört civarı görsel kullanmanızı öneririz.
- **Haftalık Gönderiler:** Haftada 1-2 paylaşım yaparak kitlenizle düzenli etkileşim kurun. Bunu zamanla artırabilirsiniz. Gönderilerinizde mutlaka eyleme davet edici mesajlar bulunsun.
- **Farklı İçerik Türleri:** Görseller, videolar, slaytlar gibi çeşitli formatları deneyin. Mutlaka dokunulmamış müşterileriniz farklı bir içerik türü tüketiyordur. Her farklı içerik türünde farklı bir tüketici grubuna erişebilirsiniz.

Dijitalde içerikle büyümek, en sağlıklı strateji. Bunu başardığınız anda gerisi geliyor. İçerik üretiminde en önemli kısım başlamak. Bundan daha önemli kısım ise sürdürmek. Sürekli içerik üretirseniz, bunun için haftanızın yarım gününü ayırırsanız, çok başarılı sonuçlar alabilirsiniz.

## Google Alerts

İçerik üretirken en değerli yardımcınız Google Alerts. Sektörünüzdeki anahtar kelimeleri, sektörünüzden haberleri her gün e-postanızda görerek bir kısmını yorumlarınızla paylaşabilirsiniz. Ayrıca, haftalık bülteninize de koyabilirsiniz.

## d. Kişisel Markalaşma

Kişisel Markalaşma, gerek freelancerlar gerekse ihracat pazarlama ve satışı için çok önemli. Bunun da en önemli aracı LinkedIn. LinkedIn'i bu noktada çok ama çok etkili kullanmak gerekiyor. Kişisel markalaşma için İngilizce baş harflerinden oluşan 5C oldukça önemli.

1. **Care (Özen):** Hedef kitlenize ve topluluğunuzu izleyin, özen gösterin, dinleyin.
2. **Curate (Derle):** Değerlerinizi ve uzmanlığınızı yansıtan anlamlı ve ilgili içerikleri seçip paylaşın.



3. **Create (Yarat):** Eşsiz bakış açınızı ve becerilerinizi sergilemek için özgün içerikler üretin.

## LinkedIn Paylaşım İpuçları 1: Post ve Güncelleme Paylaşımı



### LinkedIn Paylaşım İpuçları 2: Makale Paylaşımı



4. **Connect (Bağlan):** Ağınızdaki kişilerle etkileşim kurarak ilişkiler geliştirin ve güçlendirin.

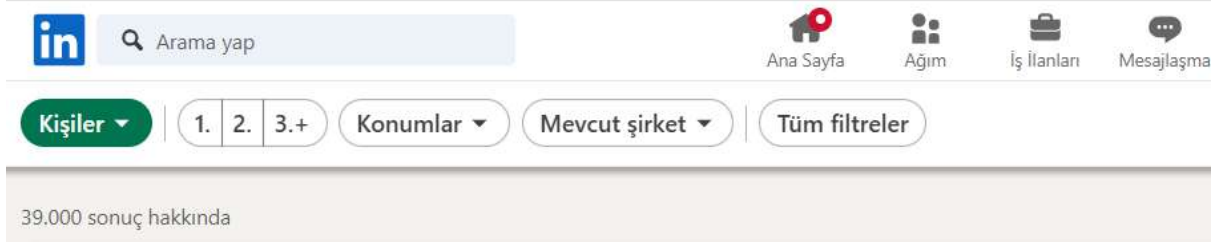


5. **Consistent (Tutarlı Ol):** Mesajlarınızın, tonunuzun ve eylemlerinizin tüm platformlarda uyumlu olmasına dikkat edin.

### 3. Sales Navigator

- Arama Operatörleri

LinkedIn bugün B2B’de en etkili platform. LinkedIn’i özel kılan tüm müşterilere çok etkin bir şekilde erişebilirsiniz. LinkedIn’in arama çubuğunu insanlar nasıl kullanacağını maalesef bilmiyor. Arama çubuğunda LinkedIn Arama Operatörleri dediğimiz AND, OR, NOT ibareleri ile denemeler yapmanızı öneririz. Bunlarla ilgili daha önce LinkedIn İle İhracat Rehberi yayınlamıştık. Aşağıdaki bağlantıdan onu inceleyebilirsiniz.



## [LinkedIn İle İhracat Rehberi](#)

- **Sales Navigator**

LinkedIn’in arama çubuğunun dışında daha kapsamlı süzmeler yapıp firmalara erişebileceğiniz diğer bir alan ise LinkedIn Sales Navigator. Bu araç, özellikle B2B satışlarında ve sosyal satış stratejilerinde çok etkili. Ücreti biraz pahalı olduğu için ülkemizde çok kullanılmıyor. Alanlar da karışık menülerden dolayı oldukça çekiniyor.

Burada temel kavramlara bir bakalım.

- **Accounts:** Bunlar şirket hesapları. Şirketin kaç çalışanı var, ne kadar ciro çeviriyor gibi detayları buradan görebiliriz.
- **Leads:** Lead, potansiyel müşteri adayı. Leads sekmesine bastığınızda daha önce belirlemiş olduğunuz personaya uygun müşteri adayınızı görürsünüz.
- **Persona:** Persona, hedef kitlenizi temsil eden, demografik, psikografik ve davranışsal özellikleri içeren hayali bir müşteri profili. Bizim örnek personamız aşağıda.

## Nasıl B2B Pazarlama Planı Yazılır?

BAZ Girişim



Mehmet Uygun,  
Şirket Sahibi

### İsteklerini ve ihtiyaçlarını yazın.



#### İş tanımı

Şirket Sahipliği ve Yönetimi:

- Şirketin genel stratejilerini belirleme ve uygulama.
- Finansal performansı izleme ve işletme bütçesini yönetme.
- Anahtar performans göstergelerini analiz ederek işletmenin rekabet avantajını sürdürme.

Üretim ve Kalite Kontrol:

- Üretim süreçlerini optimize etme ve verimliliği artırma.
- Kalite kontrol standartlarını belirleme ve uygulama.
- Yenilikçi üretim teknolojilerini araştırma ve entegre etme.

Pazarlama ve Satış:

- Ürün ve hizmet pazarlama stratejilerini geliştirme.
- Müşteri ihtiyaçlarını anlama ve ürün portföyünü buna göre şekillendirme.
- E-ticaret platformları ve dijital pazarlama kanallarını etkin bir şekilde kullanma.

İnovasyon ve Ar-Ge:

- Yeni ürün ve tasarımların geliştirilmesi için Ar-Ge projelerini yönetme.
- Piyasadaki trendleri takip ederek ürün portföyünü sürekli olarak yenileme.

İnsan Kaynakları ve Kurumsal Kültür:

- Çalışanları seçme, geliştirme ve motive etme.
- Kurumsal kültürü koruma ve işyerinde olumlu bir atmosfer oluşturma.

Eğitim programları aracılığıyla personelin sürekli olarak gelişimini sağlama.

Sosyal Sorumluluk ve Çevresel İnişiyatifler:

- Çevre dostu üretim süreçleri ve malzemelerin kullanılmasını teşvik etme.
- Toplum hizmeti projeleri ve sosyal sorumluluk faaliyetleri düzenleme.

#### Demografi

- Yaş: 35-45
- Cinsiyet: Erkek
- Meslek: Üretici, Firma Sahibi
- İş Alanı: Sektöre bağlı
- Konum: Türkiye
- Eğitim: Üniversite/Yükseköğretim mezunu
- Aile Durumu: Evli
- Gelir Düzeyi: Değişken
- Teknoloji Yetenekleri: İş yoğunluğundan dolayı dijital platformlara tam hakim değil.
- Dil Yetenekleri: Genel olarak kısıtlı İngilizce

#### İstekleri ve Amaçları

1. Uluslararası Genişleme
2. Stratejik İhracat Planları
3. Teknolojik İnovasyon
4. Dış Ticarete Uzmanlık
5. Devlet Desteklerinden Faydalanma
6. Sürdürülebilirlik ve Kalite
7. İşbirlikleri ve Ağ Kurma
8. Marka Bilinirliği ve Prestij
9. Eğitim ve Gelişim

#### Karşılaştığı Zorluklar

1. Küresel Ekonomik Belirsizlik
2. Gümrük İşlemleri ve Ticaret Engelleri
3. Dil ve Kültür Farklılıkları
4. Rekabet Baskısı
5. Lojistik ve Dağıtım Zorlukları
6. Devlet Düzenlemelerine Uyum
7. Finansal Riskler
8. Teknolojik Zorluklar

## Sales Navigator Nasıl Çalışır?

Kullanıcılar, gelişmiş arama ve filtreleme özellikleriyle hedef müşteri adaylarını belirler ve InMail ile doğrudan iletişim kurabilir. Müşteri adaylarının LinkedIn aktivitelerini takip ederek zamanlamayı optimize eder, ekip içi iş birliği için müşteri listelerini paylaşabilir. Sales Navigator, satış ekiplerine hem yerel hem de uluslararası pazarlarda rekabet avantajı sunar.

Bunu da yazdıktan sonra, aşağıda Sales Navigator'ın nasıl filtreleme yaptığına bakalım.

SALES NAVIGATOR Home Accounts Leads Messaging

Search Lead filters + Account filters + Saved searches Personas

Highlights for you < Previous Next >

**Telecom Egypt activity has been trending.** X

Telecommunications · 15K+ employees on LinkedIn

Telecom Egypt is being mentioned in the news more than usual.

View decision makers Star account



[Daha önce hazırlamış olduğumuz Sales Navigator Kullanım Rehberine Ulaşmak İçin Tıklayınız.](#)

#### 4. Pazarlama Otomasyon Uygulamaları

Pazarlama otomasyon uygulamaları en çok kullanılan yöntemlerden birisi. Günümüzde birçok pazarlama otomasyon uygulamasından bahsedebiliriz. Pazarlama otomasyonuna en uygun platformlardan birisi LinkedIn. PhantomBuster gibi uygulamalarda da görebileceğiniz en önemli husus, LinkedIn'in bu platformlarda da pazarlama otomasyonu amacıyla çok yoğun kullanılması.


**PhantomBuster nasıl kullanılabilir? aşağıdaki bağlantıdan inceleyebilirsiniz.**

<https://phantombuster.com/phantombuster?category=linkedin>

***PhantomBuster'da en çok sevdiğim özellik, LinkedIn sayfanızı sektörünüzden kişilere hedeflediğiniz ülkelerde otomatik beğendirebilmek. Bunu da yine yukarıdaki bağlantıdan inceleyebilirsiniz.***

## Most popular use cases

Optimize your sales funnel with our ready-to-use Flows




NEW 1 slot

### Scrape leads from LinkedIn Company Posts

- ✓ Scrape leads from LinkedIn Company Posts
- ✓ Spot intent signals for personalized outreach
- ✓ Daily re-run with smart detection to find most engaged posts

Learn more Use Flow

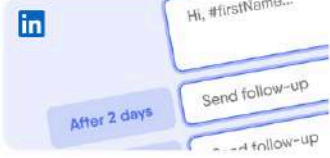


NEW 1 slot

### Scrape leads from LinkedIn profile posts

- ✓ Scrape leads from LinkedIn profile posts
- ✓ Spot intent signals for personalized outreach
- ✓ Daily re-run with smart detection to find most engaged posts

Learn more Use Flow



2 slots

### Connect and send follow-up messages

- ✓ Send connection requests to new profiles
- ✓ Send up to 3 follow-up messages
- ✓ Track your results

Learn more Use Flow

PhantomBuster dışında bir diğer platform da, Dripify.io. Bunun gibi birçok platform var ama en etkili Dripify. Dripify ile senaryolar oluşturarak yurtdışındaki alıcılara ulaşmak da çok kolay. Bununla ilgili aşağıdaki yazımızı inceleyebilirsiniz.

### [LinkedIn Pazarlama Otomasyonunu Etkili Kullanmak](#)

# Supercharge Lead Generation on LinkedIn with Dripify

The multifunctional LinkedIn automation tool designed to help your sales team improve LinkedIn prospecting and close more deals – all on complete autopilot

## 5. Sosyal Satış Başarısını Ölçme


Başarılı bir sosyal satış stratejisi, sonuçların düzenli olarak ölçülmesini ve analiz edilmesini gerektirir. LinkedIn ve LinkedIn Sales Navigator, bu süreci kolaylaştıran araçlar sunar.

### LinkedIn.com Üzerinden Ölçümleme

Kişisel LinkedIn profilinizde şu üç temel metriği izleyebilirsiniz:

1. **Profil Görüntülemeleri:** Hangi aktivitelerin daha fazla görüntülenme sağladığını analiz edin. Profilinizi görüntüleyen kişilerden hedeflediğiniz kişiler (persona) varsa video mesaj veya mesaj atarak hizmetlerinizi tanıtabilirsiniz.
2. **Gönderi Görüntülemeleri:** İçeriklerinizi kimlerin görüntülediğini ve hangi şirketlerden olduklarını inceleyin. Gönderi görüntülemeleriniz oldukça kıymetli. Bu görü
3. **Arama Görünümleri:** Profilinizin optimize edilip edilmediğini kontrol edin.

- İhracat Teşvikleri
- Dijital İhracat Pazarlaması
- İhracat Danışmanlığı



**Abdullah Oskay** ✓




Küresel Pazarlarda İşinizi Büyütün - İhracat ve Uluslararası Pazarlama Stratejisti | Devlet Destekleri ile KOBİ'leri Güçlendiriyoruz | 'Hemen İhracata Başlayın'

Ankara, Türkiye · [İletişim bilgileri](#)

15.846 takipçi

[Açık](#) [Profil bölümü ekle](#) [Haber bültenimi görüntüle](#) [Kaynaklar](#)

**Analizler**  
Size özel

|  |   |  |
|--|---|--|
|  1.825 profil görüntülemesi<br>Profilinize kimlerin baktığını keşfedin. |  27.105 gönderi gösterimi<br>Gönderileriniz ile etkileşim kuran kişileri görün.<br>Son 7 gün |  234 arama görünümü<br>Arama sonuçlarında ne kadar sık görüldüğünüzü görün. |
|--|---|--|

## LinkedIn Sales Navigator ile Detaylı Ölçümleme

### Sales Navigator Coach

EXPERT 

Congratulations! You're in the elite group of Sales Navigator experts.

Sales Navigator Coach introduces core features in Sales Navigator and teaches you how to leverage those features to reach your sales goals. [Learn more](#)

## Your Social Selling Index

1 of 1

Team SSI rank

Top 1%

Industry SSI rank

Top 1%

Network SSI rank

### Current Social Selling Index ⓘ



73  
out of 100

#### Four components of your score



### People in your team



73  
out of 100

People in your team have an average SSI of 73.

You rank 1 of 1

No change since last week

### People in your industry



30  
out of 100

Sales professionals in the International Trade and Development industry have an average SSI of 30.

You rank in the top 1%

No change since last week

### People in your network



32  
out of 100

People in your network have an average SSI of 32.

You rank in the top 1%

No change since last week

- CRM entegrasyonu sayesinde sosyal dokunuşları doğrudan müşteri kayıtlarına bağlayabilirsiniz. CRM kullanırken Sales Force, Zoho, Hubspot gibi LinkedIn ile entegre olabilecek CRM seçmeyi unutmayın.



- Sosyal satış aktivitelerinizi ve geleneksel yöntemlerle elde edilen sonuçları karşılaştırabilirsiniz.

## 6. Online İletişimden Offline İletişime Geçiş

Sosyal satış sürecinin bir noktada online ortamdan offline iletişime taşınması önemli. Bu geçişin zamanı, alıcı ile kurulan bağın derinliği ve alıcının ihtiyaçlarının netleşmesiyle belirlenir. Örneğin:

- Sosyal medya üzerinden güven kazandıktan sonra, bir telefon görüşmesi veya yüz yüze toplantı planlayabilirsiniz. Atacağınız kancalarla bu kişilerin sizden randevu almasını da sağlayabilirsiniz. Örneğin, [calendly](#) uygulamasından sizin takviminizden uygun zamana randevu alabilirler. Ayrıca ücretsiz danışmanlık, e-kitap gibi kancalar atabilirsiniz. Buna **lead generation - potansiyel müşteri adayı derleme** denir. Etkili bir lead generation stratejisiyle derlediğiniz müşteri adaylarınıza e-bülten uygulamaları, vb. yöntemlerle değerli içerikler sunarak başarınızı katlayabilirsiniz.
- Alıcınızla görüşmede her zaman alıcıya değer katmaya devam ederek, offline'dan online'a geçişi doğal ve etkili bir şekilde gerçekleştirmenize olanak verir.
- Bu kişileri fabrika ziyareti gibi detaylara davet edeceksiniz, bağlantıdaki [yazımızı](#) inceleyebilirsiniz.

## Sonuç

LinkedIn'de social selling yöntemleri kullanmak, modern satış stratejilerinde güçlü bir araç. LinkedIn hala Türkiye'de tam anlaşılmamış durumda. LinkedIn'i etkili kullanarak marka değerinizi katlayabilir, pazarlama becerileriyle satışlarınızı artırabilirsiniz. Siz de sosyal satış teknikleriyle başarılı bir ihracat süreci için BAZ Girişim'e erişebilirsiniz. [Ücretsiz check up hizmetimiz için tıklayın.](#)

BAZ GİRİŞİM

## Ücretsiz İhracat Check-up

🕒 30 min

📄 Web conferencing details provided upon confirmation.

- İhracata İlişkin Altyapı
- İhracat Desteklerine İlişkin Altyapı
- Dijital İhracat Pazarlamasına İlişkin Altyapı

### Select a Date & Time

< November 2024 >

| MON | TUE | WED | THU | FRI | SAT | SUN |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
|     |     |     |     | 1   | 2   | 3   |
| 4   | 5   | 6   | 7   | 8   | 9   | 10  |
| 11  | 12  | 13  | 14  | 15  | 16  | 17  |
| 18  | 19  | 20  | 21  | 22  | 23  | 24  |
| 25  | 26  | 27  | 28  | 29  | 30  |     |

#### Time zone

🌐 Turkey Time (15:17) ▼

POWERED BY  
Calendly

# BAZ Girişim

İhracat Mentorunuz BAZ Girişim, küresel pazarları kazanmada devlet destekleri, dijital pazarlama ve ihracat danışmanlığıyla yanınızda.

[bazgirisim.com](http://bazgirisim.com)



[info@bazgirisim.com](mailto:info@bazgirisim.com)



+90 312 418 46 58