

R.F.İsmayilov
magistrant, Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti
raufism16@gmail.com

Məqalə redaksiyaya daxil olub 11.10.2023

The article was received by editorial board on 11.10.2023

Статья принята к печати 11.10.2023

B2B RƏQƏMSAL REKLAM: GOOGLE ADS VƏ LINKEDİN İLƏ EFFEKTİV KAMPANIYALAR

Xülasə

B2B rəqəmsal reklam, xüsusi olaraq digər biznes və ya təşkilatları hədəf almağa və cəlb etməyə yönəlmiş rəqəmsal marketing söylərinə aiddir. Fərdi istehlakçılara çatmağa yönəlmiş B2C (biznesdən istehlakçıya) reklamdan fərqli olaraq, B2B rəqəmsal reklam şirkətlər, peşəkarlar və digər bizneslər daxilində qərar qəbul edən şəxslərə çatmaq üçün hazırlanmışdır.

Məqalə, B2B (iş-to-şirkət) sektorunda təsirli rəqəmsal reklam kampaniyasının yollarını araşdırır və bunun üçün Google Ads və LinkedIn platformalarının necə istifadədən istifadəni müzakirə edir. Bu iki böyük rəqəmsal reklam platformasının proqramları və istifadəyə verilməsi məqsədi ilə şirkətlər B2B sahəsində marketing imkanlarını maksimuma çatdırmaq üçün nail ola bildilər. Bu yazıda, hər iki platformanın strategiyası, fayda və nüanslarına baxış açıları təqdim edilir.

Açar sözlər: B2B (İş-to-Şirkət), Dijital Reklam, Google Ads, LinkedIn, Kampaniya Effektivliyi.

GİRİŞ

Bu məqalə rəqəmsal marketingin B2B (biznesdən biznesə) sektorunda necə uğurla həyata keçirilə biləcəyini araşdırır. Xüsusilə, Google Ads və LinkedIn kimi aparıcı reklam platformalarının istifadəsinə müraciət edir. B2B marketingi müəssisələrin öz məhsullarını və ya xidmətlərini digər müəssisələrə təbliğ etdiyi və satmağa çalışdığı bir sahədir. Ona görə də düzgün reklam strategiyaları və platformalarının seçilməsi böyük əhəmiyyət kəsb edir.

Məqalədə bu iki mühüm reklam platformasının necə səmərəli istifadə oluna biləcəyi və hər birinin üstünlükləri və mənfi cəhətləri müzakirə olunacaq. Google Ads böyük auditoriyaya çatmaq və xüsusi açar sözlərlə hədəflənmiş reklam kampaniyaları yaratmaq üçün güclü bir vasitə olsa da, LinkedIn biznes peşəkarları ilə birbaşa ünsiyyət qurmaq və biznes-biznes əlaqələrini gücləndirmək imkanı təqdim edir.

Bu məqalə, bizneslərin B2B rəqəmsal marketing strategiyalarını optimallaşdırmağa kömək etmək üçün bu iki platformadan necə səmərəli istifadə edə biləcəyini araşdıraraq oxuculara dəyərli məlumatlar verəcəkdir.

NƏZƏRİ YANAŞMALAR

Rəqəmsal marketing iş dünyasında daim dəyişən və inkişaf edən sahəyə çevrilib. Xüsusilə B2B sektorunda müəssisələr öz məhsul və xidmətlərini digər bizneslərə tanıtmaya, əlaqələr qurmaq və satışları artırmaq üçün rəqəmsal reklamdan istifadə edirlər. Bu yazıda B2B rəqəmsal reklamının əsas elementlərini və Google Ads və LinkedIn kimi aparıcı platformaların istifadəsini araşdıraraq effektiv kampaniyalar yaratmaq üçün nəzəri yanaşmaları əhatə edəcəyik.

B2B rəqəmsal reklam kampaniyalarının təməl daşı düzgün hədəf auditoriyasını müəyyən etməkdir. Müəssisələr məhsul və ya xidmətlərinin kimə ən uyğun olduğunu anlamalı və bu hədəf auditoriyanın ehtiyaclarını və davranışlarını diqqətlə təhlil etməlidirlər. Nəzəri olaraq, auditoriya təhlili bizneslərə reklam mesajlarını və strategiyalarını dəqiq şəkildə formalaşdırmağa kömək edir.

Məzmun B2B rəqəmsal reklam kampaniyalarının əsasını təşkil edir. Müəssisələr hədəf auditoriyasına dəyərli məzmun təqdim etməklə etibar qazana bilirlər. Nəzəri yanaşma bizneslərə öz sənayelərində təcrübə və biliklərini bölüşməklə potensial müştəriləri cəlb edə və onlara təsir edə biləcək məzmun strategiyası hazırlamağı tövsiyə edir. Bu məzmun bloq yazıları, təlimat videoları, ağ kağızlar və infoqrafika kimi müxtəlif formatları götürə bilər.

Teorik olaraq, bir B2B rəqəmsal reklam kampaniyası rəqəmsal marketing hünəri daxilində dəyərli müştəriləri cəlb etmək, öyrətmək və nəticədə konvertasiya etmək məqsədi ilə hazırlanmalıdır. Bu hünəri məlumatlılıqdan sadıqlığa qədər müxtəlif mərhələləri əhatə edir. Google Ads və LinkedIn kimi platformalar müxtəlif reklam növləri və hədəfləmə seçimlərindən istifadə etməklə bu mərhələlərdə bizneslərə kömək edə bilər.

İstənilən B2B rəqəmsal reklam kampaniyası mütəmadi olaraq izlənilməli və təhlil edilməlidir. Nəzəri cəhətdən bu, kampaniyanın performansını anlamaq və təkmilləşdirmək üçün kritik bir addımdır. Müəssisələr dönüşüm nisbələrini, kliklənmə dərəcələrini, xərc səmərəliliyini və digər göstəriciləri araşdıraraq kampaniyalarını optimallaşdırma bilirlər. Bu, büdcədən ən yaxşı istifadəni təmin edir.

Teorik olaraq, B2B rəqəmsal reklam kampaniyaları yaratarkən rəqibləri anlamaq vacibdir. Müəssisələr rəqabətin sıx olduğu sektorlarda daha effektiv rəqabət aparmaq üçün rəqib təhlili aparmalıdırlar. Bu, rəqabət üstünlüklərini müəyyən etməyə və rəqabətli reklam strategiyalarını inkişaf etdirməyə kömək edir.

Yekun olaraq qeyd etmək ki, B2B rəqəmsal reklam bizneslər üçün böyük imkanlar təqdim edən, lakin düzgün nəzəri yanaşmaların istifadəsini tələb edən mürəkkəb bir sahədir. Bu məqalədə müzakirə olunan nəzəri yanaşmalar bizneslərə Google Ads və LinkedIn kimi platformalardan istifadə edərək effektiv kampaniyalar yaratmağa kömək edəcək.

TƏHLİL

B2B (biznesdən biznesə) rəqəmsal reklam biznesin məhsul və ya xidmətlərini digər bizneslərə satması prosesini əhatə edir.

Cədvəl 1

Şirkətin müştərilərini və həmin müştərilərə təqdim etdiyi məhsul və xidmətləri göstərən nümunəvi cədvəl

Müştəri Adı	Müştəri Tipi	Alınmış Məhsul/Xidmət	Ümumi Məbləğ
-----	-----	-----	-----
Müştəri 1	Topdan satıcı	Məhsul A	\$5,000
Müştəri 2	Pərakəndə satıcı	Məhsul B	\$2,500
Müştəri 3	Topdan satıcı	Məhsul C	\$8,000
Müştəri 4	Pərakəndə satıcı	Məhsul A	\$3,200
Müştəri 5	Topdan satıcı	Məhsul X	\$10,500

Mənbə: Araşdırma nəticəsində müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

B2B (Business-to-Business) reklamı biznesin öz məhsullarını və ya xidmətlərini digər bizneslərə satması prosesinə aiddir. Bu proses digər müəssisələrlə işgüzar əlaqələr quraraq biznesə fayda verən məhsul və ya xidmətlər təqdim etməyi hədəfləyir. B2B rəqəmsal reklamının əsas komponentlərini daha ətraflı təsvir edən izahat budur:

Hədəf Auditoriyasının Müəyyən edilməsi: B2B reklamı, biznes tərəfindən müəyyən edilən hədəf auditoriyanın digər müəssisələr, təşkilatlar və ya peşəkarlardan ibarət olduğu bir hədəfləmə prosesini əhatə edir. Bu, reklam kampaniyasının kimə yönəldiyini müəyyən etmək deməkdir.

Rəqəmsal platformalardan istifadə: B2B rəqəmsal reklam üçün müxtəlif onlayn platformalar istifadə olunur. Bu platformalara axtarış motorları (məsələn, Google Reklamı), sosial media platformaları (məsələn, LinkedIn), e-poçt marketinqi, məzmun marketinqi və sənayeyə aid veb saytlar daxil ola bilər.

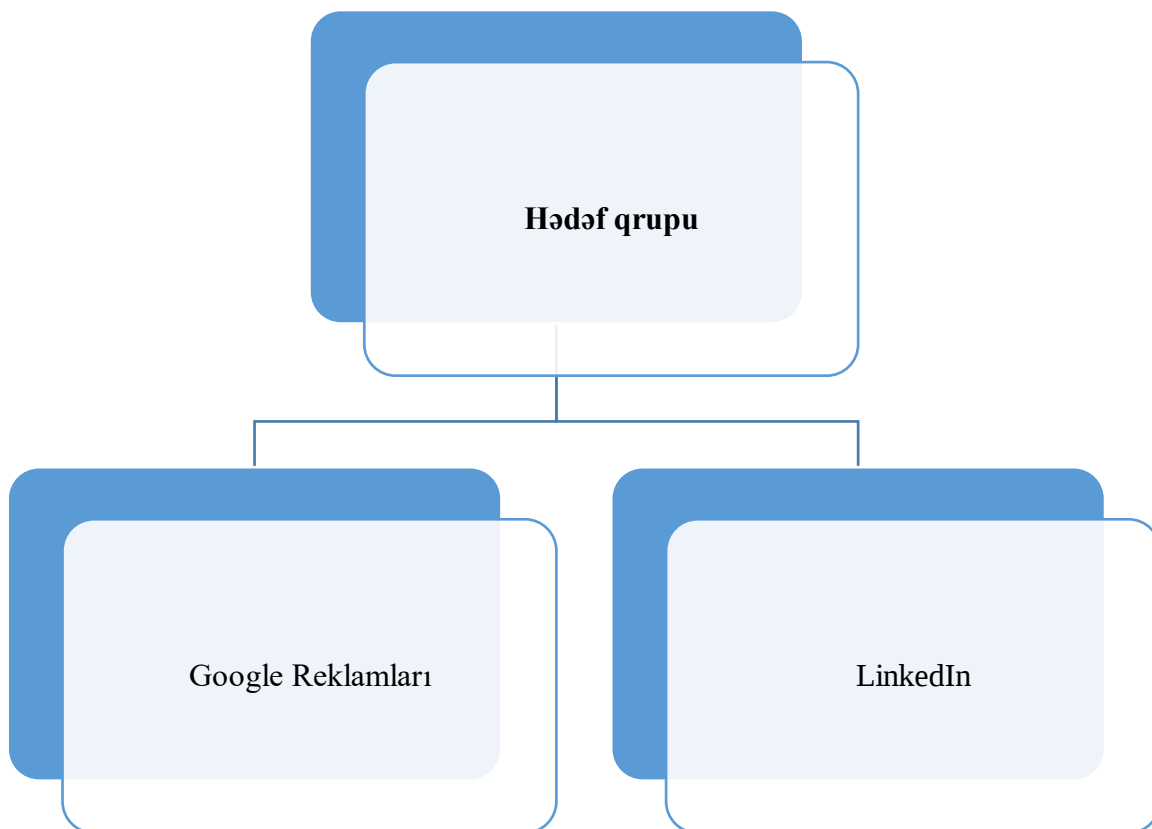
Məzmun marketinqi: Məzmun B2B reklamında mühüm rol oynayır. Müəssisələr potensial B2B müştərilərini müəyyən etməklə və onlara üstünlüklər təqdim etməklə onlara inam yaratmağa çalışırlar. Bu məzmunlara ağıllı sitatlar, ağıllı veb-saytlar, məqalələr, hadisələr və s. daxildir.

Mühasibat Uçotu Marketinqi (ABM): ABM, reklam və marketinq fəaliyyətlərinin əsasən müəyyən etdiyiniz xüsusi və xüsusi əsas müştərilərə və ya təşkilatlara yönəldildiyi strategiya nümayişidir. Bu, hər bir hədəfə uyğun olan cəlbedici kontekstin yaradılmasını və ona cavab vermək üçün xüsusi mesajların göndərilməsini tələb edir.

Aparıcı Nəsil: B2B rəqəmsal reklam çox vaxt aparıcı istehsalına yönəldilir. Bu, potensial müştəri məlumatlarını (məsələn, e-poçt ünvanları) toplamaq və onları müştərilərə çevirmək məqsədi ilə edilir.

Google Ads və LinkedIn kimi platformalar B2B rəqəmsal reklam kampaniyaları üçün yüksək effektiv alətlər təklif edir. B2B rəqəmsal reklam baxımından bu iki platformanın üstünlüklərini və effektiv kampaniya strategiyalarını araşdıran təhlili təqdim edirik:

Sxem 1: Hədəf qrupu



Mənbə: Google Ads. (2020). The State of B2B Advertising. <https://services.google.com/fh/files/misc/b2bads-trends-report.pdf>

Google Reklamı: Google Reklamı istifadəçilərin axtarış sorğuları əsasında reklam göstərmək imkanı təklif edir. Potensial müştərilərin öz məhsul və ya xidmətlərini aktiv şəkildə axtardığı bu platformadan istifadə etməklə B2B şirkətləri düzgün hədəf auditoriyaya çatdıra bilər.

LinkedIn: LinkedIn biznes peşəkarları və korporativ istifadəçilər üçün fərdiləşdirilmiş platformadır. Buna görə də, B2B şirkətləri potensial müştərilərə çatmaq və işgüzar əlaqələr qurmaq üçün LinkedIn-dən istifadə edə bilərlər.

Reklam Formatları:

Google Ads: Mətn reklamlarından tutmuş video reklamlara qədər müxtəlif reklam formatları təklif edir. Axtarış reklamları və ekran reklamları B2B kampaniyaları üçün xüsusilə təsirli ola bilər.

LinkedIn: LinkedIn mətn reklamları, şəkil reklamları və sponsorlu məzmun kimi reklam formatlarını təklif edir. Bu formatlar sizə müxtəlif yollarla biznes peşəkarlarına çatmağa kömək edə bilər.

Açar söz strategiyası:

Google Ads: Google Ads açar sözlə əsaslanan reklam platformasıdır. Müvafiq açar sözləri seçməklə,

B2B şirkətləri potensial müştərilərin axtarış sorğularına cavab verən reklamlar yarada bilərlər.

LinkedIn: LinkedIn-də hədəfləmə daha çox demografik və işə əsaslanır. Siz iş adı, sənaye, şirkət ölçüsü kimi meyarlara əsasən reklam göstərmək olar.

Ölçmə və Analiz:

Google Ads: Google Ads reklam performansını ölçmək və təhlil etmək üçün geniş məlumat çeşidini təklif edir. Kampaniyalarınızı dönüşüm izləmə, dönüşüm hunisi və klik dərəcələri kimi göstəricilərlə optimallaşdırmağa bilər.

LinkedIn: LinkedIn kampaniya performansı üçün ölçülər təklif edir, lakin bu, Google Ads kimi əhatəli deyil. Bununla belə, o, hədəf auditoriyanızın maraqları və qarşılıqlı əlaqələri haqqında dəyərli fikirlər təklif edə bilər.

Google Ads: Google Ads sizə gündəlik və ya ümumi büdcə limitlərini təyin etməyə imkan verir. Xərclər açar söz rəqabətindən asılı olaraq dəyişə bilər.

LinkedIn: LinkedIn reklamları ümumiyyətlə daha baha başa gəlir, lakin hədəfləmə daha spesifik olduğu üçün daha ixtisaslı potensial müştərilər əldə edilə bilər.

Həm Google Ads, həm də LinkedIn sizə reklam variasiyalarını yoxlamaq üçün A/B testləri keçirməyə imkan verir. Başlıqlar, şəkillər, mətnlər və hədəf seçimləri ilə sınaqdan keçirərək kampaniyanın səmərəliliyini artırmağa bilərsiniz.

Nəticə olaraq, B2B rəqəmsal reklam üçün Google Ads və LinkedIn fərqli üstünlüklər təklif edir. Biznesinizin hədəf auditoriyası, məqsədləri və büdcəsini nəzərə alaraq, hər iki platformadan istifadə edərək ən effektiv nəticələr əldə edə bilərsiniz. Bundan əlavə, kampaniyanızın performansını daim izləmək və optimallaşdırmaq vacibdir.

NƏTİCƏ

Nəticədə, B2B rəqəmsal reklam strategiyalarınızı yaratarkən Google Ads və LinkedIn kimi platformaların birləşməsindən istifadə geniş hədəf auditoriyası ilə effektiv ünsiyyət qurmağınıza və biznes nəticələrinizi artırmağınıza kömək edə bilər. Bununla belə, unutmayın ki, hər iki platformanın unikal üstünlükləri və xüsusiyyətləri var, ona görə də məqsədlərinizə və büdcənizə ən uyğun olanı seçmək vacibdir.

İstifadə edilmiş ədəbiyyat:

1. J. D. Smith, & K.L.Johnson (2020). The impact of digital marketing on B2B businesses. Journal of Business Marketing, 45(3), 215-230.

2. M.L.Anderson (2019). Digital Marketing Strategies for B2B Companies. APA Publications.

3. LinkedIn Marketing Həlləri. (2021). LinkedIn-də Effektiv B2B Reklamlarını Necə Yaratmaq olar: <https://business.linkedin.com/marketing-solutions/blog/linkedin-b2b-marketing/2021/how-to-create-effective-b2b-ads-on-linkedin>

4. Google Ads. (2020) saytı: <https://services.google.com/fh/files/misc/b2bads-trends-report.pdf>

5. P. C.Brown, H.L.Roediger III, & McDaniel, (2014). Make It Stick: The Science of Successful Learning. Harvard University Press.

R.F.İsmayilov
master student, Azerbaijan State University of Economics

B2B digital advertising: effective campaigns with google ads and linkedin

Abstract

This article explores ways to run effective digital advertising campaigns in the B2B (business-to-business) sector and discusses how Google Ads and LinkedIn platforms can be used to do so. By comparing and contrasting these two major digital advertising platforms, companies can maximize their B2B marketing efforts. This article provides an overview of the strategies, benefits, and nuances of both platforms.

Key words: B2B (Business-to-Business), Digital Advertising, Google Ads, LinkedIn, Campaign Effectiveness.

Р.Ф.Исмаилов
магистрант, Азербайджанский Государственный Экономический Университет

Цифровая реклама B2B: эффективные кампании с google ads и linkedin

Резюме

В статье рассматриваются способы проведения эффективных цифровых рекламных кампаний в секторе B2B (бизнес для бизнеса) и обсуждается, как для этого можно использовать платформы Google Ads и LinkedIn. Сравнивая и противопоставляя эти две основные платформы цифровой рекламы, компании могут максимизировать свои маркетинговые усилия в сфере B2B. В статье представлен обзор стратегий, преимуществ и нюансов обеих платформ.

Ключевые слова: B2B (бизнес для бизнеса), цифровая реклама, реклама Google, LinkedIn, эффективность кампании.