

Tài liệu

LẬP KẾ HOẠCH THÀNH CÔNG VỚI MARKETING DỰA TRÊN TÀI KHOẢN (ABM)



Phone number: 0914509125
E-mail: sald@chatops.vn
Website: nal.vn/vi/



01

Xác định tài khoản mục tiêu

Nền tảng của ABM thành công nằm ở việc xác định tỉ mỉ các tài khoản mục tiêu. Điều này liên quan đến việc tận dụng phân tích dữ liệu nâng cao để sàng lọc các bộ dữ liệu khổng lồ và xác định chính xác các khách hàng tiềm năng lý tưởng. Tuy nhiên, đây không phải là nhiệm vụ chỉ dành cho bộ phận tiếp thị. Hợp tác chặt chẽ với đội ngũ bán hàng là điều cần thiết để có được những hiểu biết có giá trị về đặc điểm và sở thích của khách hàng tiềm năng. Cách tiếp cận hợp tác này đảm bảo lựa chọn tài khoản mục tiêu một cách toàn diện và mang tính chiến lược hơn.

03

Tương tác đa kênh

ABM không bị giới hạn ở một kênh tiếp thị duy nhất. Để tối đa hóa tác động, doanh nghiệp cần thu hút khách hàng tiềm năng thông qua cách tiếp cận đa kênh. Điều này bao gồm việc tận dụng các nền tảng truyền thông xã hội, email và thậm chí cả thư trực tiếp. Mục tiêu là tạo ra sự hiện diện toàn diện và có tác động trên nhiều điểm tiếp xúc khác nhau, tăng cơ hội thu hút sự chú ý của những người ra quyết định quan trọng trong các tài khoản được nhắm mục tiêu.

02

Phát triển nội dung được cá nhân hóa

Sau khi xác định được tài khoản mục tiêu, bước quan trọng tiếp theo là tạo nội dung phù hợp với từng tài khoản riêng lẻ. ABM nhấn mạnh việc tạo ra thông điệp phù hợp nhằm giải quyết trực tiếp những khó khăn, thách thức và nhu cầu cụ thể của từng tài khoản được nhắm mục tiêu. Điều này vượt xa các mã thông báo cá nhân hóa trong email; nó liên quan đến sự hiểu biết sâu sắc về ngành, văn hóa và mục tiêu của tài khoản. Hơn nữa, các chiến dịch cần được tùy chỉnh để phù hợp liền mạch với các thuộc tính riêng của từng tài khoản được nhắm mục tiêu, đảm bảo mức độ tương tác được cá nhân hóa và có tác động.

Phone number: 0914509125
E-mail: sald@chatops.vn
Website: nal.vn/vi/

