

Tài liệu

PHÂN BIỆT SỰ KHÁC NHAU GIỮA ABM VÀ DIRECT MARKETING



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





Khía cạnh	ACCOUNT-BASED MARKETING (ABM)	DIRECT MARKETING
Nhắm mục tiêu	Nhắm mục tiêu chính xác hơn, tập trung vào các tài khoản hoặc công ty cụ thể.	Đa dạng hơn, nhắm mục tiêu đến người tiêu dùng cá nhân hoặc doanh nghiệp dựa trên các tiêu chí nhất định.
Tiếp cận	Được cá nhân hóa và tùy chỉnh theo nhu cầu và đặc điểm của từng tài khoản.	Chung chung hơn, nhắm mục đích tiếp cận lượng khán giả lớn hơn bằng một thông điệp thống nhất.
Mục đích	Tạo trải nghiệm phù hợp và xây dựng mối quan hệ sâu sắc hơn với các tài khoản chính.	Tạo ra phản hồi ngay lập tức hoặc bán hàng từ nhiều đối tượng.
Nội dung	Mang tính cá nhân hóa cao, thường được tạo riêng cho từng tài khoản.	Ít cá nhân hóa hơn, được thiết kế để thu hút nhiều đối tượng hơn.
Kênh	Sử dụng các kênh phù hợp nhất với tài khoản được nhắm mục tiêu, có thể bao gồm phương tiện truyền thông xã hội, email, sự kiện, v.v.	Chủ yếu sử dụng các kênh truyền thông đại chúng như thư, email, TV, radio hoặc quảng cáo trực tuyến.
Đo lường thành công	Thành công được đo lường bằng mức độ tương tác của tài khoản, quy mô giao dịch và giá trị tài khoản dài hạn.	Được đo bằng tỷ lệ phản hồi, doanh số và ROI.
Chu kỳ bán hàng	Thông thường sẽ lâu hơn vì nó tập trung vào việc xây dựng mối quan hệ và hiểu nhu cầu cụ thể của tài khoản.	Ngắn hơn, nhắm mục đích phản hồi và chuyển đổi nhanh hơn.
Giá trị	Cao hơn do mức độ cá nhân hóa và nguồn lực cần thiết để nhắm mục tiêu các tài khoản cụ thể.	Thấp hơn trên mỗi người liên hệ, nhưng nhìn chung có thể cao do số lượng tiếp cận.
Ý tưởng cho	Các công ty có sản phẩm hoặc dịch vụ có giá trị cao, thường thuộc lĩnh vực B2B.	Các doanh nghiệp đang tìm kiếm phạm vi tiếp cận thị trường rộng rãi, thường là cả trong lĩnh vực B2B và B2C.

ABM

Phù hợp với doanh nghiệp của bạn

Với vai trò của bạn trong một công ty công nghệ và tiếp thị, ABM phù hợp với việc thúc đẩy sự đổi mới và các giải pháp cá nhân hóa. Nó cho phép hiểu sâu hơn về nhu cầu của khách hàng, thúc đẩy các mối quan hệ bền chặt hơn, hiệu quả hơn.

Tích hợp chiến lược

ABM có thể được tích hợp với các công nghệ tiên tiến mà bạn đang xử lý. Chẳng hạn, AI có thể hỗ trợ dự đoán nhu cầu của các tài khoản chính, điều chỉnh dịch vụ hiệu quả hơn.



Direct Marketing

Tiếp cận rộng rãi

Nếu mục tiêu của bạn là mở rộng phạm vi tiếp cận thị trường hoặc giới thiệu rộng rãi một sản phẩm mới, tiếp thị trực tiếp có thể có hiệu quả. Đó là một cách để đánh giá sự quan tâm của thị trường một cách nhanh chóng.

Hiệu quả về chi phí

Tùy thuộc vào chiến dịch, tiếp thị trực tiếp có thể tiết kiệm chi phí hơn, đặc biệt nếu bạn đang nhắm mục tiêu đến đối tượng lớn hơn, ít cụ thể hơn.

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

