

MẪU ĐÁNH GIÁ DOANH NGHIỆP CÓ PHÙ HỢP VỚI MARKETING AUTOMATION

Các câu hỏi	Không đồng ý	→			Đồng ý
	1	2	3	4	5
Quy trình doanh thu của chúng tôi rất phức tạp. Nó liên quan đến nhiều khâu từ tiếp thị đến bán hàng					
Chúng tôi hướng đến những người mua thông minh, những người nghiên cứu kỹ trước khi hợp tác với chúng tôi					
Công ty chúng tôi cần hiểu rõ hơn về giá trị chính xác mà các chương trình tiếp thị mang lại để chúng tôi có thể định lượng được khoản đầu tư của mình					
Cơ sở khách hàng của chúng tôi lớn hơn đội ngũ bán hàng, do đó chúng tôi không có mối quan hệ cá nhân trực tiếp với tất cả khách hàng và khách hàng tiềm năng					
Sẽ là không thể khi chúng tôi trực tiếp gọi điện cho từng khách hàng tiềm năng hoặc khách hàng tiềm năng mới mà chúng tôi tạo ra					
Nhiều khách hàng tiềm năng mới của chúng tôi vẫn chưa sẵn sàng mua hàng từ chúng tôi. Họ cần được nuôi dưỡng					
Chúng tôi có thể cải thiện kết quả bán hàng nếu Marketing đóng vai trò lớn hơn trong quy trình doanh thu, đặc biệt khi áp dụng vào nuôi dưỡng mối quan hệ khách hàng tiềm năng ở giai đoạn đầu					
Chúng tôi đã sử dụng hầu hết hoặc toàn bộ các khả năng của nhà cung cấp dịch vụ Email Marketing hiện tại					
Dữ liệu chi phối hầu hết mọi quyết định mà đội ngũ Marketing của chúng tôi đưa ra					
Đội ngũ Marketing của chúng tôi đang tạo ra (hoặc có kế hoạch cụ thể tạo ra) lượng lớn nội dung được cá nhân hóa cho từng đối tượng khách hàng tiềm năng					

ĐÁNH GIÁ KẾT QUẢ

Để đánh giá kết quả, hãy tính điểm của bạn:

- Nếu bạn đạt **điểm >35** thì doanh nghiệp bạn nên Marketing Automation
- Nếu bạn đạt **điểm từ 20-35** thì bạn đang phát triển theo hướng đó. Bạn nên cân nhắc bắt đầu với Marketing Automation
- Nếu bạn **dưới 20 điểm** thì có thể bạn chưa cần Marketing Automation. Nhưng điều đó không có nghĩa là bạn không thể tiếp tục.

Bất kể điểm số của bạn là bao nhiêu thì vị trí hiện tại của bạn chính xác là vị trí bạn cần đạt được để có thêm nhiều khách hàng tiềm năng và biết cách phân biệt khách hàng tốt và khách hàng xấu

