

مجموعه آموزشی بهارمن

دوره آموزشی مکس ویژن

چک لیست و ارزیابی سیستم بازاریابی



Bahareman.com

مدرس و نویسنده: **امیرحسین حامدی**

زندگی به بازی، یادش بگیریم

مقدمه:

سلام و درود به شما همراهان پرتلاش و ارزش آفرین بهارمن!

از صمیم قلب از سفرتان در دوره‌ی «[مکس ویژن](#)» سپاسگزاریم. همراهی شما، نه تنها نشان از تعهدتان به رشد فردی و حرفه‌ای دارد، بلکه انگیزه‌ای بزرگ برای ماست تا با عشق، اشتیاق و نهایت توان، مسیر یادگیری و پیشرفت را برایتان هموارتر کنیم.

اکنون در این سفر، وارد یکی از بخش‌های کلیدی این مسیر می‌شویم: **ارزیابی سیستم بازاریابی کسب و کار**. شاید در نگاه اول تصور کنید که همه چیز در بازاریابی شما خوب پیش می‌رود—فروش دارید، تبلیغ می‌کنید، مخاطب جذب می‌کنید. اما پرسش اساسی اینجاست:

آیا سیستم بازاریابی‌تان واقعاً سودآور، پایدار و قابل پیش‌بینی است؟

در این مرحله، ابزاری ساده اما قدرتمند پیش روی شماست؛ پرسش‌نامه‌ای کاربردی که طراحی شده تا نقاط قوت، ضعف و فرصت‌های پنهان در سیستم بازاریابی‌تان را آشکار کند. با هر پاسخ "بله"، یک قدم به ساخت سیستمی حرفه‌ای و هدفمند نزدیک‌تر می‌شوید. و با هر "خیر"، چراغی روشن می‌شود برای دیدن فرصت‌های جدید و پولسازی.

این ارزیابی، فرصتی طلایی‌ست برای آنکه با نگاهی دقیق‌تر، سازوکار بازاریابی خود را زیر ذره‌بین ببرید و به جای اتکا به شانس یا تلاش‌های پراکنده، به سوی ساختن سیستمی پایدار، هوشمند و مقیاس‌پذیر حرکت کنید.

ما در بهارمن کنار شما هستیم—با تمام توان، با ایمان به توانایی‌هایتان، و با اطمینان از آینده‌ای روشن‌تر که در حال ساختنش هستید.

بهارمن، بهار زندگی شماست.

با افتخار همراهتان هستیم

امیرحسین حامدی

بله	خیر	سوال
		1. آیا استراتژی بازاریابی مکتوبی دارید که مدام به روزرسانی می شود و شامل برنامه اجرایی است؟
		2. آیا بودجه مشخصی (با درصدی از فروش) را به بازاریابی اختصاص داده اید؟
		3. آیا در تمام بازاریابی های مستقیم و تبلیغات خود، حداقل ۱.۵ برابر بازگشت هزینه تبلیغات دارید؟
		4. آیا پایگاه داده جامعی از مشتریان و خریداران بالقوه دارید که تمام این اطلاعات را شامل شود: نام، ایمیل، شماره تلفن، نحوه آشنایی با شما، آنچه خریده اند، آنچه بررسی کرده اند، آنچه دیده اند و نخریده اند، مقادیر خریده های گذشته و غیره؟
		5. آیا پایگاه داده شما براساس دسته بندی های مختلف مشتریان/خریداران بالقوه تفکیک شده است و آیا پیام های مختلفی را با توجه به شرایط آنها ارسال می کنید؟
		6. آیا ارتباطات بازاریابی شما بر اساس رفتارهای مخاطب تغییر می کند (در مقابل ارسال یکسان به همه و صرف نظر از اینکه آیا آن ها تا آخرین ارتباط پاسخ داده اند یا خیر)؟
		7. آیا دقیقاً می دانید چند «مشتری/خریدار» فعال دارید؟
		8. آیا می دانید چند «مشتری/خریدار» غیرفعال دارید؟
		9. آیا از اطلاعات جمعیت شناسی و روان شناسی یک مشتری معمول اطلاع دارید؟
		10. آیا از مشخصات دقیق «بهترین خریدار» خود (۲۰٪ مشتریان برتر شما که ۸۰٪ درآمد را تولید می کنند) اطلاع دارید؟
		11. آیا ایده ای برای همکاری مشترک دارید که در آن دو محصول/خدمت یا دو نقطه قوت ترکیب شوند تا یک محصول یا خدمت جدید و مستقل ایجاد شود؟
		12. آیا می دانید چگونه و کجا به «بهترین خریداران» خود برسید؟
		13. آیا می دانید هزینه جذب یک خریدار جدید (در هر کانال بازاریابی) چقدر است؟
		14. آیا می دانید میانگین درآمد و سود هر مشتری در سال اول (با توجه به رسانه بازاریابی) چقدر است؟
		15. آیا خرید طول عمر مشتری (مربوط به هر رسانه بازاریابی) را می دانید؟
		16. آیا سودآوری ترین منبع ایجاد خریدار جدید خود را می دانید؟ (با در نظر گرفتن هزینه های فروش و بازاریابی، منابع انسانی و زمانی که اختصاص می دهید)

17. آیا نرخ تبدیل تبلیغات خود را می‌دانید؟ (از هر X سرنخ، Y خریدار دارم که سودی معادل Z برایم ایجاد می‌کند).		
18. آیا یک سیستم پشت صحنه پیشرفته دارید که در آن محصولات/خدمات را به مشتریان بفروشید؟		
19. آیا محتوای خواندنی و پیام‌رسان‌های دیگر (موضوع ایمیل، جمله آغازین، ارتباط‌های شما، صفحات تلفن فروش، فرم‌های بازاریابی تلفنی، احوال‌پرسی در نمایشگاه‌های تجاری و غیره) را آزمایش می‌کنید؟		
20. آیا برای هر خریدار احتمالی و مشتری جدید، یک سیستم پیگیری خودکار دارید؟		
21. آیا از نظرات مشتریان در صفحه فرود، صفحات فروش و ارتباطات خود با مشتری استفاده می‌کنید؟		
22. آیا سیستم قابل‌اعتمادی برای جمع‌آوری و ایجاد نظرات مشتریان و داستان‌های موفقیت دارید؟		
23. آیا به‌طور موثر و قدرتمند از نظرات مشتریان راضی در تمام تلاش‌های بازاریابی، تبلیغات و فروش خود استفاده می‌کنید؟		
24. آیا افراد معتبر صنعت، شما و شرکنتان را به‌طور عمومی تأیید و تبلیغ می‌کنند؟		
25. آیا افراد مشهوری وجود دارند که با دریافت پول یا رایگان، شما و کسب‌وکارتان را به‌طور عمومی تأیید و تبلیغ کنند؟		
26. آیا از ضمانت قدرتمندی استفاده می‌کنید و تصمیم مشتری را ۱۰۰٪ بدون ریسک می‌کنید؟ (مثلاً بازگشت کامل پول و دلایل خود را از رقبا متمایز کنید؟)		
27. آیا برای ترغیب به خرید هدایایی ارائه می‌دهید؟		
28. آیا هنگام فروش گزینه بهتر، مقادیر بیشتر یا پیشنهاد خرید عمده ارائه می‌دهید؟		
29. آیا گزینه‌های تکمیلی از محصولات یا خدمات دیگران ارائه می‌دهید؟		
30. آیا مدل اشتراک، پرداخت عضویت، طرح خدمات مداوم، تمدید خودکار یا طرح‌های تکرارشونده دارید؟		
31. آیا یک پیشنهاد متقاعدکننده، وسوسه‌انگیز، بی‌رقیب و "باید بخرمش" را به خریداران بالقوه ارائه می‌دهید؟		
32. آیا حداقل پنج روش پرداخت، برای دریافت پول خریدار دارید؟		
33. آیا برای جایگاه‌سازی مقالات، گزارش‌های ویژه یا کتاب تولید می‌کنید؟		
34. آیا برای اهداف تبلیغاتی، پادکست، رادیو، وبلاگ، خبرنامه، مجله و ... منتشر می‌کنید؟		
35. آیا نرخ ریزش و فرسایش کارتان را می‌دانید و اینکه چرا مشتریان خرید را متوقف می‌کنند؟		

36. آیا روش‌هایی موفق برای جذب leads دارید که هزینه و سود سربه‌سر شود و با فروش جانبی سود ایجاد شود؟		
37. آیا یک برنامه مشخص "کاهش ریزش" برای حفظ خریداران فعال دارید؟		
38. آیا سیستم ثابتی برای فعال‌سازی مشتریان سابق و خریداران بالقوه تبدیل نشده دارید؟		
39. آیا نرخ ارجاع و درصد دقیقی از کسب‌وکار خود را که از همکاران فروش می‌آید می‌دانید؟		
40. آیا حداقل چندین سیستم تولید ارجاع دارید که در حال حاضر کار می‌کنند و همکاران فروش جدید ایجاد می‌کنند؟		
41. آیا دقیقاً میدانید 50 همکار فروش برتر شما چه کسانی هستند، و آیا مدام و سیستماتیک از ارجاع دهندگان برتر قدردانی می‌کنید؟		
42. آیا منابع اصلی جذب 5 رقیب برتر خود را می‌شناسید؟		
43. آیا می‌دانید خریدار بجای رقیبان؛ چرا از شما خرید می‌کند؟ (دلیل اصلی از دیدگاه خریداران، نه شما!)		
44. آیا تیم فروش و بازاریابی شما از مزایا، قیمت، شرایط، توافق‌نامه‌های خدمات و تحویل و جواز 10 رقیب برتر شما اطلاع دارند؟		
45. آیا پس از فروش اولیه، یک روند سیستماتیک برای برقراری ارتباط و ادامه فروش مجدد به خریداران دارید؟		
46. آیا برای کارمندان، جایزه‌ای برای ایجاد روش‌های بازاریابی جدید و بهتر تعریف شده؟		
47. آیا پیشنهاد فروش منحصربه‌فرد قدرتمندی دارید که به مشتری نشان دهد شما تنها راه‌حل مناسب برای مشکل یا نیاز رایج او هستید؟		
48. آیا هریک از اعضای تیم می‌توانند (چرا باید از شما بخرم) USP شما را در لحظه و بلافاصله، به محض درخواست، اعلام کنند؟		
49. آیا می‌دانید بزرگ‌ترین منبع ناشناخته برای جذب مشتریان جدید کجاست و چگونه می‌توانید از آن بهره‌برداری کنید؟		
50. آیا بطور مداوم محصولات یا خدمات شما با خدمات سایر شرکت‌ها یا با مشتریان خود مقایسه می‌شود؟		
51. آیا شرکت‌های دیگر به طور مداوم محصولات یا خدمات شما را به مشتریان خود معرفی می‌کنند؟		
52. آیا منابع (بودجه بازاریابی، رویداد، فروش، فناوری، تیم فروش، توزیع و غیره) را با شرکت‌های دیگر برای سود متقابل به اشتراک می‌گذارید؟		

53. آیا گروه‌های مشتری مشترک (مجموعه‌ای از مشتریان خاص که توسط یک نهاد دیگر سازماندهی شده‌اند) روابط بازاریابی برقرار کرده‌اید؟ مثلاً برگزار تور		
54. آیا کمپین‌های فعال و پیوسته‌ای دارید که پایگاه داده شما از مشتریان بالقوه و مشتریان فعلی را به طور مداوم افزایش دهد؟		
55. آیا ایمیل، خبرنامه، گزارش فروش، یا مقالات مفیدی (حداقل دو بار در هفته) برای مشتریان مشتریان احتمالی ارسال می‌کنید؟		
56. آیا یک وب‌سایت یا لندینگ پیج بازاریابی مستقیم دارید که براساس اصول بازاریابی نوشته شده است؟		
57. آیا صفحه اصلی وب‌سایت، فرصتی برای جمع‌آوری اطلاعات تماس دارد؟		
58. آیا هر صفحه از وب‌سایت شما دارای فراخوان به اقدام مشخصی دارد؟		
59. آیا یک برنامه پیوسته و مؤثر (زمان‌بندی که به صورت برنامه‌ریزی شده مخاطب را جذب و سپس تبدیل به مشتری می‌کند) دارید؟		
60. آیا دقیقاً می‌دانید عملیات سئوی شما هر ماه چند مشتری جدید ایجاد می‌کند؟		
61. آیا رویدادهای ویژه مانند سمینارها، جلسات آموزشی با ناهار، رویدادهای خصوصی فقط برای همکاران ویژه، رویدادهای «ملاقات با سازنده» و غیره برگزار می‌کنید؟		
62. آیا شخصاً بطور منظم با خریداران، خریداران احتمالی و مشتریان صحبت می‌کنید، تا بفهمید چه می‌خواهند و سپس ارتباط خوبی با آن‌ها ایجاد کنید؟		
63. آیا راهی سیستماتیک برای سنجش رضایت مشتری NPS یا غیره دارید و آیا این رضایت به طور منظم در شرکت بررسی می‌شود؟		
64. آیا کمپین‌هایی دارید که امتیاز NPS مشتریان را افزایش دهد؟		
65. آیا مدام از رقبای خود خرید می‌کنید تا ببینید چه کاری را متفاوت انجام می‌دهند و کدام کارها را کسب و کار شما انجام نمی‌دهد؟		
66. آیا مدام از کسب‌وکارهایی خرید می‌کنید، یا پشتیبانی تماس می‌گیرید یا از خدمات مختلفی سوال می‌پرسید تا ببینید مشتریان چه تجربه‌هایی دارند؟		
67. آیا شما و تمام اعضای تیمی که با خریداران در تماس هستند، آموزش رسمی «فروش و مشاوره» را گذرانده‌اند؟		
68. آیا حداقل دو بار در سال مهارت‌های خود را در فروش، مشاوره و ارتقاء می‌دهید؟		
69. آیا با اعتراضات رایج از طرف خریداران احتمالی در مورد محصول یا خدمات خود آشنایی؟		
70. آیا شما و تیمتان پاسخ آن ۱۰ اعتراض برتر را می‌دانید؟		

71. آیا نرخ تعامل مجدد مشتری خود اطلاع دارید؟		
72. آیا یک نقشه بصری کامل از تمام نقاط تماس خریدار احتمالی با کسب و کار خود دارید؟		
73. اگر پاسخ مثبت است؛ آیا بطور منظم عملکرد هر نقطه تماس را برای بهبود و فرارفتن از انتظارات بررسی می‌کنید؟		
74. آیا برای تمام درخواست‌های مشتریان احتمالی، سیستم‌های پاسخ فوری دارید؟		
75. آیا زمان پاسخ‌گویی به هر درخواست کمتر از ۱۵ دقیقه است؟		
76. آیا فردی مشخص دارید که به‌طور فعال اخبار، سایت‌های بررسی و اشاره‌های مربوط به محصول، کسب و کار یا صنعت شما را در رسانه‌های اجتماعی رصد کند و بلافاصله به مسائل رسیدگی کند؟		
77. آیا حداقل در شش سگمنت (بخش) اصلی مشتریان نفوذ دارید؟		
78. آیا حداقل ۸ تا ۱۰ جریان درآمدی مجزا دارید؟		

به چه تعداد از سوالات پاسخ بله دادید؟

امتیاز شما	توضیح
70 یا بیشتر	عالی! شما بدون شک فوق‌ستاره بازاریابی هستید. 🥰 (مگر اینکه در پاسخ‌های خود دروغ گفته باشید!)
69 تا 60	آفرین! خوب است که تجربه و خرد ارزشمند خود را برای کمک به گروه استفاده کنید 😊.
59 تا 50	نمره قبولی گرفتید! اما به سختی! جای زیادی برای پیشرفت وجود دارد که مستلزم انگیزه است 😊.
49 تا 45	اوضاع خیلی بد نیست... اگر با این بازاریابی به اینجا رسیدید، با تلاش بیشتر می‌توانید حتی بهتر شوید 😊!
کمتر از 45	اوه اوه! بهتر است جدی‌تر بر ساخت سیستم بازاریابی متمرکز شوید 😞.

عملگرا باشید:

لیست اقداماتی که بلافاصله بهتر است انجام شود را در برگه ای جداگونه از خلاصه‌نویسی‌های خود یادداشت کنید و این اقدامات را انجام دهید تا دیگر مشکلات مالی در کسب و کار نداشته باشید.

با آرزوی موفقیت و درخشش شما

تیم بهارمن: دوره مکس ویژن