

Account Based Marketing (ABM)

Account Based Marketing (ABM) je strategie B2B marketingu, která se zaměřuje na konkrétní vybrané firmy (účty) místo širokého oslovování velkých skupin potenciálních zákazníků. Marketingové a obchodní týmy spolupracují na personalizovaných kampaních, které jsou přizpůsobeny potřebám a problémům jednotlivých klíčových účtů.

Charakteristika

- Zaměření na **konkrétní vysoce hodnotné účty**, nikoli na masové publikum.
- Úzká spolupráce **marketingu a obchodu**.
- **Personalizace** obsahu, sdělení a kampaní pro každý účet.
- Důraz na **dlouhodobé vztahy** a vyšší návratnost investic.
- Vhodné zejména pro **B2B trhy** s delšími a komplexnějšími nákupními cykly.

Typy ABM

- **One-to-One ABM** – vysoce personalizovaný přístup pro jednotlivé strategické účty.
- **One-to-Few ABM** – cílení na menší skupiny podobných účtů.
- **One-to-Many ABM** – škálované ABM využívající automatizaci a segmentaci.

Výhody

- Vyšší **ROI** než u tradičních marketingových aktivit.
- Lepší **zarovnání marketingu a obchodu**.
- Vyšší **engagement** díky personalizaci.
- Efektivnější využití zdrojů díky zaměření na nejdůležitější účty.

Příklady použití

- Personalizované kampaně pro konkrétní firmy v cílovém segmentu.
- Tvorba obsahu přizpůsobeného specifickým problémům daného účtu.
- Společné plánování obchodních a marketingových aktivit.

Související pojmy

- B2B marketing
- Targeted marketing
- Customer lifecycle management
- Sales enablement

From:

<http://serviceit.cz/> - **IT ENCYKLOPEDIE**

Permanent link:

<http://serviceit.cz/doku.php?id=abm>

Last update: **2026/01/02 17:20**

