MANTAP ID

CHECKLIST EVALUASI

Omnichannel B2B

Dari marketing hingga sales: periksa koneksi, tentukan perbaikan.

Nama bisnis / tim

Tanggal evaluasi

Pilih **satu status** untuk setiap aspek. Sudah terhubung = berjalan konsisten; terhubung sebagian = baru beberapa bagian; masih berjalan sendiri = belum ada alur bersama. Isi temuan dan tindak lanjut pada halaman 2.

01 Peran channel

Fungsi search, website, media sosial, dan channel penjualan jelas.
Setiap channel memiliki langkah lanjutan yang relevan.

☐ Sudah terhubung ☐ Terhubung sebagian ☐ Masih berjalan sendiri

02 Konsistensi informasi

Deskripsi layanan, manfaat, kontak, dan syarat penawaran selaras.
Tim sales memahami pesan yang dilihat buyer.

☐ Sudah terhubung ☐ Terhubung sebagian ☐ Masih berjalan sendiri

03 Perpindahan buyer

Tautan mengarah ke halaman yang sesuai dengan kebutuhan buyer.
Konteks kebutuhan diteruskan saat buyer berpindah channel.

☐ Sudah terhubung ☐ Terhubung sebagian ☐ Masih berjalan sendiri

04 Personalisasi

Konten dan penawaran sesuai industri, kebutuhan, atau tahap buyer.
Follow-up melanjutkan pembahasan, bukan mengulang pengenalan.

☐ Sudah terhubung ☐ Terhubung sebagian ☐ Masih berjalan sendiri

05 Pencatatan data

Asal leads, kebutuhan, dan hasil akhirnya dicatat jika diketahui.
Tindakan awal dibedakan dari leads valid dan penjualan.

☐ Sudah terhubung ☐ Terhubung sebagian ☐ Masih berjalan sendiri

06 Tindak lanjut sales

Ada PIC, jadwal tindak lanjut, dan riwayat komunikasi.
Status serta langkah berikutnya diperbarui secara konsisten.

☐ Sudah terhubung ☐ Terhubung sebagian ☐ Masih berjalan sendiri

MANTAP ID

CHECKLIST EVALUASI

Temuan & Prioritas

Ubah hasil pemeriksaan menjadi tindakan yang bisa ditindaklanjuti.

Catat kendala yang ditemukan, perbaikan yang dibutuhkan, dan penanggung jawabnya. Gunakan nomor aspek pada halaman 1. Kolom dapat diisi digital atau ditulis setelah dicetak.

Aspek	Temuan / kendala	Tindakan perbaikan	PIC
1. Peran channel			
2. Konsistensi informasi			
3. Perpindahan buyer			
4. Personalisasi			
5. Pencatatan data			
6. Tindak lanjut sales			

Tiga prioritas perbaikan

Dahulukan hambatan yang paling mengganggu perjalanan buyer atau tindak lanjut leads.

1. Tindakan

PIC

Target selesai

2. Tindakan

PIC

Target selesai

3. Tindakan

PIC

Target selesai