



SAPWAR MARKETING OPERATING SYSTEM

Metrics and Reporting

Marketing team ကို ၂ ခုခွဲပြီး ပုံမှန် content rhythm, campaign scale, sales conversion, weekly report တို့ကိုတစ်နေရာတည်းမှာ ချိတ်ဆက်သည့် operating guide.

OPERATING STRUCTURE

Marketing Team ကို ၂ ခုခွဲပါ

TEAM 01

ပုံမှန်တင်နေကျ Team

Daily attention, trust, content rhythm, product story, customer education ကို တာဝန်ယူပါ။ ဒီ team ရဲ့အလုပ်က market ထဲမှာ brand ကိုမပျောက်စေဖို့ဖြစ်ပါတယ်။

TEAM 02

Campaign ကိုသေချာ run မည့် Team

Winning content ကို ads, influencer, campaign, sales conversion နဲ့ချိတ်ပြီး scale လုပ်ပါ။ ဒီ team ရဲ့အလုပ်က attention ကို qualified lead နဲ့ sale အဖြစ်ပြောင်းဖို့ဖြစ်ပါတယ်။

Team နှစ်ခုလုံးကသီးခြားမဟုတ်ပါ။ ပုံမှန် content က campaign idea ဖြစ်လာနိုင်ပြီး campaign result က နောက် content direction ဖြစ်လာရပါမယ်။

TEAM 01

ပုံမှန်တင်နေကျ Team ရဲ့ တာဝန်များ

View Goal

ပုံမှန်ရှိရမည့် view ၂ သန်းအထက်သွားပါ။ Organic / Paid နှစ်မျိုးလုံးဖြစ်နိုင်ပါတယ်။

Daily Posting

နေ့စဉ် post တင်မှုမပျက်ပါစေနှင့်။ Brand က market ထဲမှာနေတိုင်းအသိရှိရမယ်။

Video Rhythm

အနည်းဆုံး သုံးရက်တစ်ခါ video တင်ပါ။ Video က reach, trust, retargeting audience အတွက် အရေးကြီးပါတယ်။

Business Story

မားကက်တင်းမှာ လုပ်ငန်းအကြောင်းတင်ထားတဲ့ ပုံပြင်ရှိ ရမယ်။ Founder belief, mission, customer change, process story တွေပါရမယ်။

Point of View

ကိုယ့်လုပ်ငန်းရဲ့ အယူအဆ၊ အထင်အမြင်၊ ထုတ်ကုန်ကို ပုံမှန်တင်ဆက်ပါ။ Product photo တင်တာတစ်ခုတည်း မဖြစ်စေရ။

Skill Detail

Content Marketing သည် skill နဲ့ဆိုင်ပါသည်။ ရေးတဲ့ သူ၊ တင်တဲ့ပုံစံ၊ detail, hook, timing, visual အားလုံး traction ပြောင်းစေတတ်ပါတယ်။

TEAM 02

Campaign Team ရဲ့ တာဝန်များ

Winning Ads ဖန်တီးပါ။

နေ့စဉ်တင်ခဲ့တဲ့ post တွေထဲက signal ကောင်းတဲ့ content ကို ad creative အဖြစ်ပြောင်းနိုင်ပါတယ်။

Influencer Marketing လုပ်ပါ။

Influencer content ကို reach တစ်ခုတည်းအတွက်မဟုတ်ဘဲ proof, trust, retargeting asset အဖြစ်အသုံးပြုပါ။

Scale Ads.

အလုပ်ဖြစ်တဲ့ creative, hook, audience, offer ကို budget တိုးပြီး scale လုပ်ပါ။ Ads တိုင်းရဲ့အလုပ်ဖြစ်ပုံမတူပါ။

Facebook Ads Advantage ကိုရွေးပါ။

Facebook Ads Advantage ကိုသုံးပြီး platform learning ကိုအသုံးပြုပါ။ ဒါပေမယ့် creative quality နဲ့ sales follow-up ကိုလျော့မတွက်ပါနဲ့။

Sales နဲ့ပြန်တိုင်းပါ။

Winning ads ကို view, like နဲ့မဆုံးဖြတ်ပါနဲ့။ Lead quality, qualified lead, conversion, revenue နဲ့ဆုံးဖြတ်ပါ။

MARKETING + SALES

Sales Page, FAQ, Reply System ရှိရမည်

ဝယ်လိုရတဲ့ Sales Ads တစ်ခုရှိရမည်

ကိုယ့်လုပ်ငန်းမှာ မမေးဘဲ ဝယ်ချင်ရင် ဝယ်လိုရတဲ့ Sales Page ရှိရမယ်။
Product / service ရဲ့ value, price, process, proof, FAQ,
payment, delivery, next step အားလုံးရှင်းရမယ်။

Customer က မေးစရာမလိုဘဲ ပေးစရာပဲလိုတဲ့အဆင့်ထိ ထားထားရ
မယ်။

FAQ Update Rule

Sales reply ပြန်တဲ့အခါ ပုံမှန်မေးတတ်တဲ့
မေးခွန်းတွေကို FAQ မှာ update ပြန်လုပ်
ပါ။ Sales inbox ထဲမှာမေးခွန်းထပ်လာ
တာများလေ FAQ မပြည့်စုံသေးတာဖြစ်
နိုင်ပါတယ်။

Marketing နဲ့ Sale ကို ချိတ်ဆက်ပါ။ Marketing က lead ဖန်တီးပြီး Sales ကပိတ်ရောင်းတာမဟုတ်ပါ။ နှစ်ခုလုံးက
customer decision journey တစ်ခုတည်းကို serve လုပ်ရပါတယ်။

SALES PROCESS

Online + Offline Sales Process ကိုရေးထားပါ

1

Lead ဝင်ခြင်း

Post / Ad / Influencer / Sales Page /
Messenger / Walk-in

2

Qualification

Need, budget, urgency, decision maker,
location, delivery condition

3

Recommendation

Customer ပြဿနာကိုကိုင်တွဲ product /
bundle / service ကိုရှင်းပြပါ

4

Objection Handling

Price, trust, timing, delivery, usage,
guarantee, result

5

Payment + Delivery

Payment method, order confirmation,
delivery time, usage instruction

6

Follow-up

After-sales support, FAQ update, review
request, repeat purchase

SALES SCRIPTS

အရေးကြီးတတ်တဲ့ အပိုင်းတွေကို Script ရေးထားပါ

Delivery အချိန်ကြာသွားတာ

“စိတ်မကောင်းပါဘူးရှင်/ခင်ဗျာ။ Delivery အချိန်ကြာသွားလို့ customer ဘက်က စိတ်အနှောင့်အယှက်ဖြစ်နိုင်တာကို နားလည်ပါတယ်။ Order နံပါတ်နဲ့ လက်ရှိ delivery status ကိုချက်ချင်းစစ်ပြီး ဘယ်အချိန်ရောက်မလဲ ပြန် အကြောင်းကြားပေးပါမယ်။”

Product / Service ပြဿနာတက်တာ

“စိတ်မကောင်းပါဘူးရှင်/ခင်ဗျာ။ ဒီလိုဖြစ်သွားတာ customer အတွက်အဆင်မပြေဖြစ်နိုင်တာနားလည်ပါတယ်။ အခု အခြေအနေကိုမှန်မှန်ကန်ကန်ဖြေရှင်းပေးနိုင်အောင် photo / order detail လေးပို့ပေးပါ။ Team ကစစ်ပြီး next step ပြောပေးပါမယ်။”

Customer မကျေနပ်တာ

“စိတ်မကောင်းပါဘူးရှင်/ခင်ဗျာ။ အတွေ့အကြုံမကောင်းသွားတာကို အရင်ဆုံးအသိအမှတ်ပြုပါတယ်။ Customer ဘက်ကအဆင်ပြေအောင် ဘယ်အပိုင်းကိုအဓိကဖြေရှင်းပေးရမလဲဆိုတာ ကျွန်တော်/ကျွန်မ စစ်ပေးပါမယ်။”

ပြဿနာတစ်ခုခုဖြစ်ရင် အရင်ဆုံး customer feeling ကိုအသိအမှတ်ပြုပါ။ “ဘာဖြစ်တာလဲ” ကိုချက်ချင်းမမေးခင် “စိတ်မကောင်းပါဘူး” လို့ပြောပါ။

REPORTING RHYTHM

Report တွေ အပတ်စဉ်ကြည့်ပါ

Daily

Post တင်ပြီး 24-48 hours signal ကြည့်ပါ။ Reach, save/share, comment quality, DM, sales inquiry.

Weekly

နဲ့စဉ်မကြည့်နိုင်ရင်တောင် အပတ်စဉ် report တွေ ကြည့်ပါ။ Winning / losing / unclear content ခွဲပါ။

Monthly

Market change, customer question change, offer performance, sales conversion, repeat buyer pattern ကိုကြည့်ပါ။

Weekly Report မှာမေးရမည့် မေးခွန်းများ

- ဒီအပတ် view ၂ သန်း goal ထဲဘယ်လောက်ရောက်သလဲ။ Organic / Paid ဘယ်ဟာကပိုကူညီသလဲ။
- နေ့စဉ် post မပျက်ခဲ့သလား။ မပျက်ခဲ့ရင်ဘာကြောင့်လဲ။
- Video သုံးရက်တစ်ခါတင်မှု ပြည့်ခဲ့သလား။ ဘယ် video က signal အကောင်းဆုံးလဲ။
- ဘယ် content က lead / DM / sale conversation ဖြစ်စေသလဲ။
- ဘယ် ad က qualified lead ယူလာသလဲ။ Cost per qualified lead ဘယ်လောက်လဲ။
- Sales conversion ဘယ်လောက်သွားသလဲ။ Lead quality မကောင်းတာလား၊ sales process မကောင်းတာလား။
- Sales inbox ထဲက မေးခွန်းအသစ်တွေကို FAQ မှာ update လုပ်ပြီးပြီလား။

METRICS DASHBOARD

ကြည့်ရမည့် Number များ

Area	Metric	Decision
Attention	Total views, reach, video views	Reach နည်းရင် hook / format / distribution ပြင်ပါ
Content	Daily post count, video frequency, save/share/comment quality	Signal ကောင်းတာကို repurpose လုပ်ပါ
Lead	DM, form, download, qualified lead count	Lead နည်းရင် CTA / lead magnet / sales page ပြင်ပါ
Ads	CTR, CPL, qualified CPL, creative winner	Winner ads ကို scale, loser ads ကို stop / rewrite လုပ်ပါ
Sales	Reply time, conversion rate, revenue, objection pattern	Script, FAQ, sales process ကို update လုပ်ပါ
Market	Customer questions, competitor move, trend, sentiment	Trend ကိုကိုယ့်လုပ်ငန်းအတွက်သုံးနိုင်ရင်သုံးပါ

REUSE + SCALE

Winning Content နဲ့ Ads တွေကို ပြန်အသုံးချပါ

1. Detect

Winning content, winning ads, trend, customer question ကိုရှာပါ။

2. Diagnose

ဘာကြောင့်အလုပ်ဖြစ်တာလဲ။ Hook, story, proof, offer, timing, audience?

3. Repurpose

Post, video, ad, FAQ, sales script, sales page section အဖြစ်ပြန်သုံးပါ။

4. Scale

Ads budget, influencer, retargeting, campaign, sales follow-up နဲ့ချဲ့ပါ။

Sales ကိုကြိုးမှာ မရှုပ်ပါစေနဲ့။ Marketing က attention နဲ့ lead ယူလာပေးရမယ်။ Sales က clarity, trust, next step နဲ့ပိတ်ရောင်းရမယ်။ တိုင်းတာစရာမရှိတဲ့ marketing က growth system မဟုတ်သေးပါ။

SAPWAR

Sapwar Marketing

နည်းနည်းလုပ် များများရ မားကတ်တင်းစနစ် တည်ဆောက်ပါ။

#sapwarmarketing