

DIRECT MARKETING V PRAXI

Tomáš Papírník
Brand Brothers s.r.o

Představení přednášejícího

Tomáš Papírník

Brand Brothers

- Výzkumná agentura
- Sídlo v Brně
- 12 let na trhu (od roku 1996)
- Výzkumy ve 20 zemích světa

Vybrané reference



Příklady zadání

- Jsme jedna z největších firem v oboru v Evropě a v ČR se nám nedaří, najděte proč a navrhnete řešení.
- Jsme jedna ze tří největších firem na světě, nalezněte pro nás vhodné firmy na odkup na Slovensku.

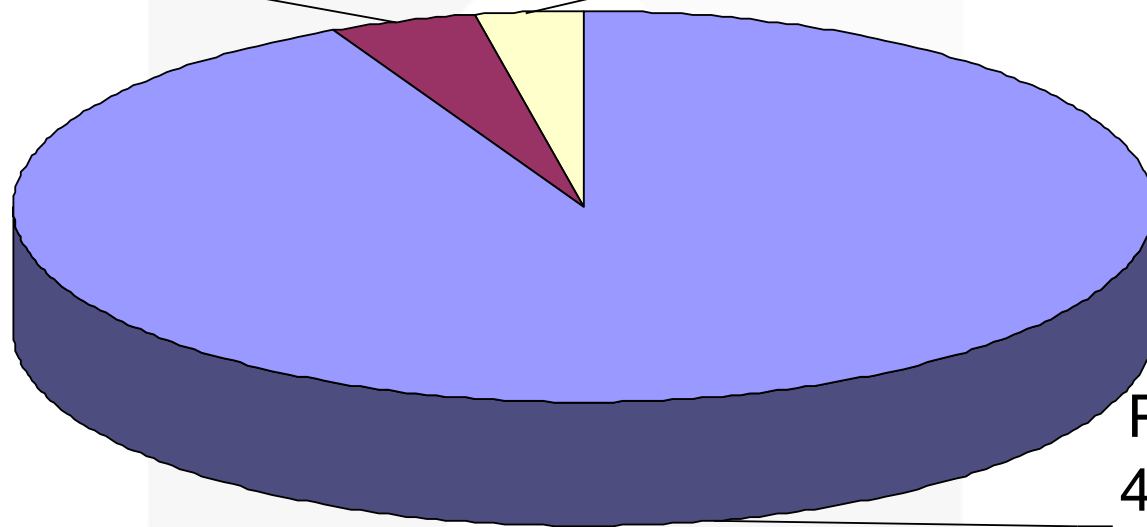
Příklady zadání

- Na trhu práce je stále větší konkurence. Nalezněte pro nás efektivní způsoby, jak oslovit absolventy ekonomických VŠ.
- Chceme vstoupit do Ruska a zopakovat tam úspěch v ČR, Německu a USA.

Základní dělení v praxi používané marketingových aktivit

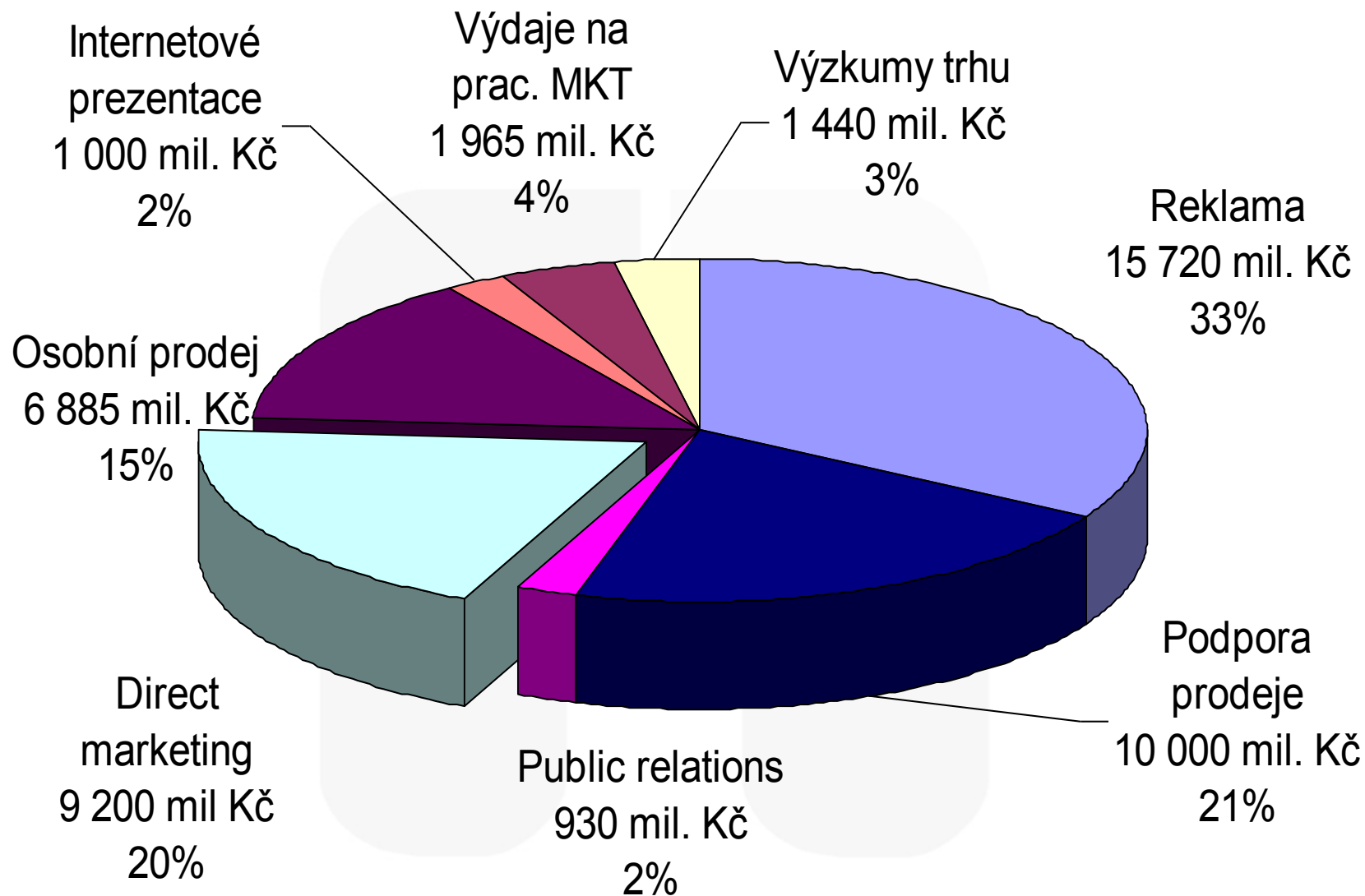
- ATL
- BTL

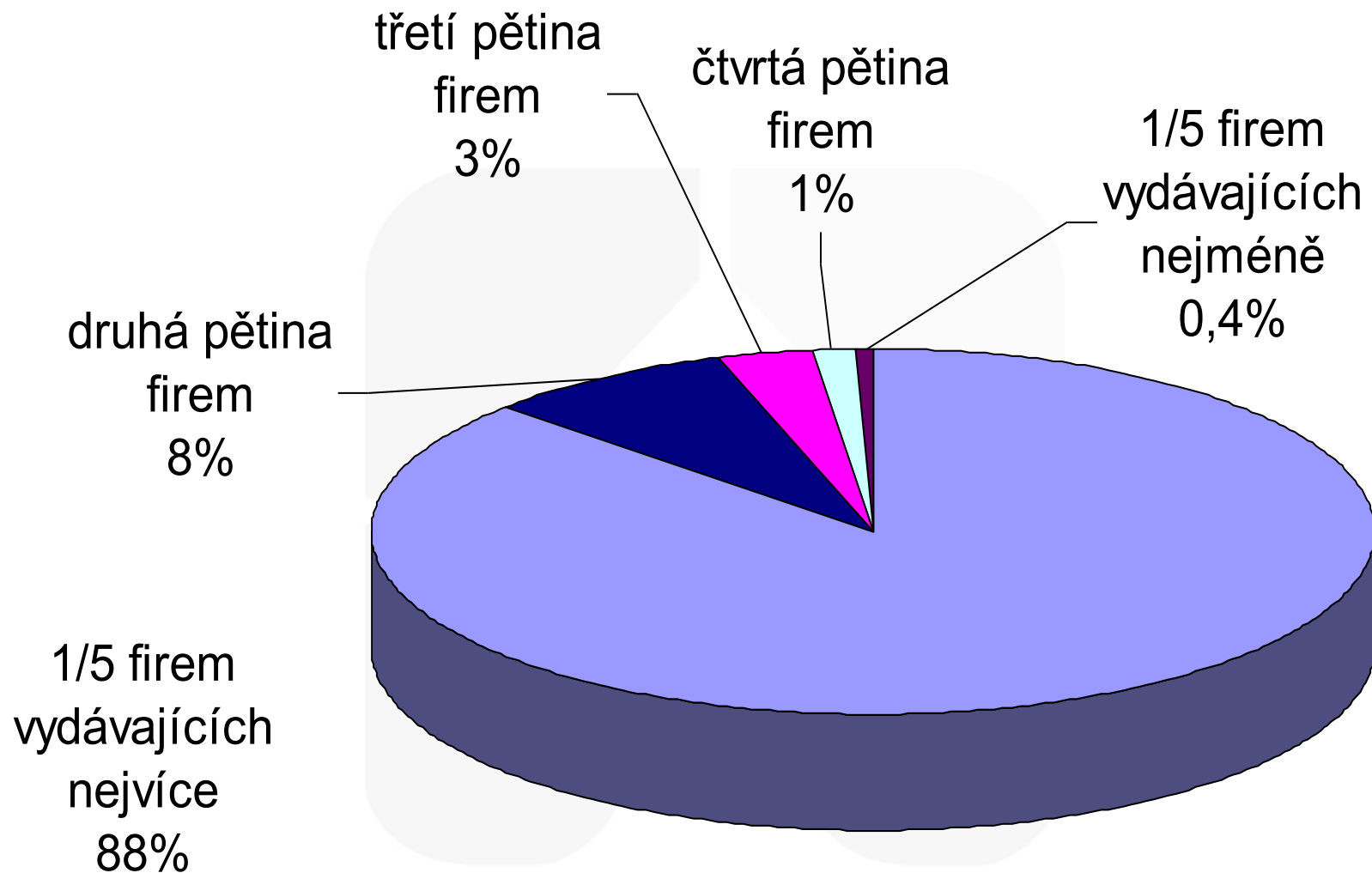
Výdaje na
pracovníky
marketingu
1 965 mil.
Kč
4,2%



Výzkumy
trhu
1 440 mil.
Kč
3,1%

Propagace
43 735 mil.
Kč
92,8%





Výhody a nevýhody DM x ATL

- CTP
- Zásah
- Testovatelnost
- Možnost vylepšování
- Cílenost
- Neviditelnost

Hlavní pojmy direct marketingu

- Direct mail
- Lettershop
- Rozesílání emailů
- Aktivní telemarketing
- Pasivní telemarketing

Hlavní pojmy direct marketingu

- Pre call
- Post call
- SMS marketing
- Databázová firma
- Data broker

Jak vytvořit efektivní DM?

- Kvalitní příprava
- Testovat, testovat, testovat
- Direct marketigové schody
- Správná dtb
- Konkrétní osoba?

Jak vytvořit efektivní DM?

- Pre call?
- Post call?
- Obálka
- Délka dopisu
- Personalizace dopisu

Jak vytvořit efektivní DM?

- Snadná čitelnost
- Jasně vyjádřený přínos pro klienta
- Co má adresát udělat?
- Leták
- Návratový formulář
- Dárek?



Děkuji za pozornost