

Бачило С. В., Есинова И. В., Мишина Л. А. Директ-маркетинг: Учебно-практическое пособие. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К<sup>о</sup>», 2008. — 212 с.

*Данное учебно-практическое пособие раскрывает все основные вопросы современного директ-маркетинга. В нем содержится вся необходимая информация о SMS-рассылках, курьерских доставках и телемаркетинге. Раскрываются особенности продаж по телефону, почтовой и факс-рассылки, директ-маркетинга через Интернет и работы с каталогами.*

*Отдельное внимание уделяется работе с целевой аудиторией и расчетам эффективности директ-маркетинга.*

*Для специалистов данной отрасли, руководителей предприятий, отделов продаж, рекламных агентств, а также студентов.*

## ОГЛАВЛЕНИЕ

Глава 1. Директ-маркетинг как инструмент маркетинга.

1.1.Маркетинговые исследования в директ-маркетинге..

1.2.Планирование в директ-маркетинге

1.3.Методы директ-маркетинга

1.4.Каналы директ-маркетинга

1.5.Задачи директ-маркетинга

1.6.Преимущества и недостатки директ-маркетинга

Глава 2. SMS-рассылка

2.1.Понятие SMS-рассылки

2.2.Виды акций мобильного маркетинга

2.3.Особенности SMS-рассылки

2.4.Заблуждения, связанные с SMS-маркетингом

2.5.Примеры проведения SMS-маркетинга

Глава 3. Курьерская доставка

3.1. Курьерская доставка как элемент комплексного директ-маркетинга

3.2. Принцип работы курьерской службы

Глава 4. Телемаркетинг

4.1.Цели телемаркетинга и сферы его применения

4.2.Виды телемаркетинга

4.3.Call-центры

Глава 5. Особенности продаж по телефону

5.1. Формулировка цели звонка

5.2. Этапы переговоров по телефону

5.3.Проведение презентации по телефону

5.4.Правила работы с клиентом для достижения его лояльности

Глава 6. Особенности почтовой и факс-рассылки

6.1.Особенности почтовой рассылки

6.2.Особенности факс-рассылки

### 6.3.Формулировка коммерческого предложения

## Глава 7. Особенности директ-маркетинга через Интернет

### 7.1. Особенности e-mail-рассылки

### 7.2.Спам

### 7.3.Рекламные вставки в тематических электронных рассылках

### 7.4.Оpt-in маркетинг

### 7.5.Корпоративные рассылки

## Глава 8. Особенности работы с каталогами

### 8.1.Проблемы продаж по каталогам

### 8.2.Создание каталогов

### 8.3.Рассылка каталогов

## Глава 9. Работа с целевой аудиторией

### 9.1.Поиск целевой аудитории

### 9.2.Ведение клиентской базы

### 9.3.Создание долговременных отношений, личное знакомство.

### 9.4.Повышение лояльности с помощью дополнительных средств

### 9.5.Комплексная директ-маркетинговая кампания

## Глава 10. Расчет эффективности директ-маркетинга

### 10.1. Критерии и методы оценки эффективности директ-маркетинговой кампании

### 10.2.Эффективность креатива в директ-маркетинге

### 10.3.Расчет бюджета директ-маркетинга

### 10.4.Технологии как показатель эффективности директ-маркетинга

### 10.5.Тестирование как метод оценки

## Литература