



Паничкина Г. Г., Мазилкина Е. И.

ДИРЕКТ-МАРКЕТИНГ от «А» до «Я». – М.: Издательство «Альфа-Пресс», 2006. – 296 с. – (Тайны успешного бизнеса).

ISBN 5-94280-220-3

Все мы привыкли к рекламе. Она охотится на нас с экранов телевизоров, по радиоволнам, со страниц газет, уличных щитов и т.п., пытаясь заинтересовать нас в товарах и услугах. Но старые идеи и методы, используемые в ней, уже не так эффективно воздействуют на нас, а зачастую просто раздражают. Но что же делать производителям? Как довести информацию до потребителя быстро и ненавязчиво?

Одним из новых методов доведения информации до потребителя является директ-маркетинг. Этот метод с каждым годом занимает все большую долю в бизнес-коммуникациях компаний по всему миру. В чем заключается директ-маркетинг? Директ-маркетинг — это разнообразные мероприятия, которые направлены на заполучение потребителя: он должен что-либо заказать на предложенный товар или услугу либо захотеть получить дополнительную информацию о них. Директ-маркетинг, директ-мэйл, прямая почтовая рассылка, адресное обращение... Что это такое? В чем отличие? Какова эффективность? Как правильно подготовить материалы для них?

Эта книга расскажет, как разработать эффективную директ-маркетинговую программу и как придумать оригинальные и запоминающиеся ходы, которые позволят обратить на

вашу фирму внимание клиентов.