

# **ПРЯМОЙ МАРКЕТИНГ**

Подготовила Гашникова  
Анастасия

# ПОНЯТИЕ ПРЯМОГО МАРКЕТИНГА

**Прямой маркетинг** — вид маркетинговой коммуникации, в основе которого — прямая личная коммуникация с получателем сообщения, с целью построения взаимоотношений и получения прибыли.

**Прямой маркетинг основан на отношении к клиенту как к индивиду, предполагает обратную связь и не использует для коммуникаций информационных посредников.**



# ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

**Цель прямого маркетинга** - планируемая ответная реакция покупателя, выраженная в покупке товара.

**Задача прямого маркетинга** могут рассматриваться в двух аспектах:

- налаживание планируемых взаимоотношений с покупателем;
- осуществление продажи.



# ВИДЫ ПРЯМОГО МАРКЕТИНГА

- личная продажа
- электронная торговля
- директ-мейл маркетинг
- телефонный маркетинг
- телемаркетинг
- интернет-маркетинг
- Каталог-маркетинг



# ХАРАКТЕРИСТИКИ

- адресность и сфокусированность на клиенте, возможность гибкой приспособляемости к запросам получателя;
- непосредственный, прямой характер в отношениях "продавец-покупатель";
- измеримость эффекта коммуникации директ-маркетинга;
- высокая стоимость одного контакта прямого маркетинга.



# ССЫЛКИ НА ИСТОЧНИКИ

<https://www.inventech.ru/lib/reklama/reklama-0005/>

[http://www.marketch.ru/marketing\\_dictionary/marketing\\_terms\\_p/pryamoy\\_marketing/](http://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_p/pryamoy_marketing/)

<http://marketingup.ru/blogs/direkt-marketing-cto-takoe-effektnaya-reklama>

[http://postlite.ru/direct\\_mail.html](http://postlite.ru/direct_mail.html)

<http://psyfactor.org/lib/tm.htm>

Дата обращения

08.11.2016

**СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!**

