



Українська асоціація
директ маркетингу

Ukrainian direct marketing
association



Українська Асоціація Маркетингу

Директ-маркетинг. От знакомства до продаж

интерактивний практикум

***19 ноября 2009
Харьков***

Директ-маркетинг. От знакомства до продаж

интерактивный практикум

Цель:

Улучшение навыков применения ДМ-инструментов. Понимание принципов действия законов директ-маркетинга. «Подпитка» новыми идеями для своего бизнеса.

Для кого этот семинар:

- Владельцы бизнесов, которые держат в фокусе внимания вопросы клиентоориентированности и взаимоотношений с потребителями
- Директора по маркетингу
- Маркетологи
- Преподаватели маркетинговых дисциплин ВУЗов

Зачем это Вам:

Вы получите понимание того, что такое директ-маркетинг и как использовать его инструменты для пользы Вашего бизнеса. Оцените правильность своих решений, а главное – напитаетесь новыми идеями для следующего витка развития Вашего бизнеса. Также Вы сможете протестировать Ваши еще неопробованные решения и услышать мнение лекторов на этот счет. Вы будете понимать ключевые точки, от которых зависит эффективность кампании, кроме того, Вы познакомитесь с лучшей практикой в СНГ.

Длительность: 1 день. Восемь часов живой практики
(09:00 – 18:00, с перерывами на кофе-паузы и обед).

Дата проведения: 19 ноября 2009г.

Условия участия: стоимость участия – 250,00 грн. (с учетом НДС).
Для преподавателей маркетинговых дисциплин ВУЗов – участие бесплатно.
Предварительная регистрация обязательна

Место проведения: Национальный аэрокосмический университет им. Н.Е. Жуковского «Харьковский авиационный институт», г. Харьков, ул. Чкалова, 17

Регистрация: Мельников Сергей Михайлович
8 057 758 9491, 8 050 303 1957
xai2001@mail.ru
Голованова Майя Анатольевна
8 050 5860385, 8 097 1946220
golovanova.m.a@mail.ru

Программа семинара

Человек и его окружение

- Влияние на формирование мнения. Человек, от которого мы хотим действия
- Управление передачей информации.
- Механика вовлечения как одна из механик работы с окружением адресата

Большая Идея Коммуникации

- Коммуникационная схема как основное поле для творчества в ДМ
- Информационный повод сообщения
- Мотивация адресата к нужным Вам действиям
- Формальный отправитель и его роль
- Статусные игры и легенда коммуникации
- Авторитеты, агенты, фильтры. Как обойти секретаря

Технологии создания мейлинга

- Состав мейлингового пакета. Какой объем информации подавать?
- Правила эффективного письма. Длинные или короткие письма. Две школы – два мнения. Успешная персонализация. Создание эффекта «встречи с чудом».
- Электронные письма – сходства и различия

Технологии эффективной работы колл-центра

- Критерии качества работы ин-хаус и аутсорсингового колл-центра
- Как из оператора сделать эффективного коммуникатора

То, о чем обычно молчат. Негативная реакция на Ваши сообщения

- Примеры и причины негативной реакции
- Негатив скрытый и открытый
- Превентивные меры
- Типичные ошибки кампаний

Авторы и лекторы:



Валентин Калашник и Лилия Горелая являются руководителями и владельцами одного из наиболее успешных ДМ-Агентств СНГ – компании OS-Direct.

В течение десяти лет компания прошла путь от мейлингового агентства до маркетинг-группы, оказывающей весь комплекс ДМ-услуг на собственной технологической базе. В составе компании – один из крупнейших колл-центров страны. Штат компании – более 350 человек. Агентство сотрудничает с коллегами в России, Польше, Австрии, Германии и ежегодно приглашает коллег на ведущий бизнес-форум в Восточной Европе «Дни Директ Маркетинга в Украине», организатором которого является. Делегатами Форума ежегодно становятся более 400 человек из более чем 20 стран. На счету компании более 450-ти крупномасштабных акций по стимулированию сбыта для FMCG-компаний, десятки программ для B2B-рынка и множество наград как призеров профессиональных конкурсов.

OS-Direct – это известный поставщик услуг для mail order-компаний. Большинство иностранных компаний этого рынка, работающих в Украине, начинали свою деятельность с помощью OS-Direct. Поэтому специалистами компании накоплены уникальные компетенции в этой сфере деятельности.

Лилия Горелая и Валентин Калашник также известны как разработчики нетривиальных директ-маркетинговых кампаний с высоким процентом отклика. Так, были разработаны и внедрены многоэтапные кампании для рынка финансовых и страховых услуг, развлекательной сферы, издательского бизнеса, бизнеса дистанционной торговли, строительного рынка, FMCG-рынка.

Среди Клиентов OS-Direct – Procter&Gamble, Майкрософт, HIPP, Reemtsma-Ukraine, Bunge, Ив Роше, Neckermann, Magnet, IMP (International Masters Publishers), Хенкель Баутехник, ведущие банки и операторы телекоммуникационного рынка.

Специализация агентства:

- Листброкнинг: сбор адресной информации и создание баз данных с писем, возвратных форм, путем мониторинга СМИ; сдача в аренду и продажа баз данных B2B, B2C;
- CRM-Аутсорсинг - ведение и управление коммуникациями с потребителями, клиентами;
- Колл-центр: проведение исходящего телемаркетинга и организация "горячих линий», разработка и тестирование сценариев, проработка легенд коммуникаций;
- Директ-Мейл - курьерская адресная и безадресная доставка, почтовая рассылка;
- Сервис абонентского ящика, создание базы данных, проведение розыгрышей, отправка призов, бухгалтерское сопровождение;
- Разработка и проведение комплексных ДМ-кампаний;
- Проведение авторских семинаров по теме ДМ и ежегодного международного события – «Дни Директ Маркетинга в Украине»

Подробнее www.dmdays.com.ua; www.osdirect.com.ua

Украинская Ассоциация Директ Маркетинга (УАДМ) – добровольное негосударственное некоммерческое объединение, созданное с целью развития рынков Директ Маркетинга и Mail Order (Дистанционной торговли) в Украине.

Цели Ассоциации:

- развитие рынка ДМ-услуг и популяризация ДМ-технологий в Украине;
- координация деятельности участников ДМ рынка и профессиональной этики в сфере ДМ;
- защита интересов и поддержка участников рынка ДМ и ДТ.

Подробная информация о проектах УАДМ: www.uadm.com.ua