

ПРЯМОЙ МАРКЕТИНГ

1. Формы прямого маркетинга.
2. Использование информационных технологий в прямом маркетинге.
3. Основные услуги Интернета и сферы их применения в маркетинге.
4. Call-центр как эффективный центр прямого маркетинга, принципы функционирования и организация работы.

ПРЯМОЙ МАРКЕТИНГ

возникает когда продавец, прибегая к помощи современных средств массовой информации, сам осуществляет продажу своих товаров.

ФОРМЫ ПРЯМОГО МАРКЕТИНГА

- ▶ персональные продажи;
- ▶ внемагазинная торговля;
- ▶ прямой маркетинг с использованием баз данных;
- ▶ прямой маркетинг по почте;
- ▶ маркетинг по каталогу;
- ▶ телемаркетинг;
- ▶ маркетинг с использованием Internet.

2. Использование информационных технологий в прямом маркетинге.

История развития информационной технологии



1-й этап (до второй половины XIX века)

«Ручная» информационная технология, инструментарий которой составляют: перо, чернильница, бухгалтерская книга.

Коммуникации осуществляются ручным способом путем пересылки писем, пакетов, депеш.

Основная цель технологии – представление информации в нужной форме.

2-й этап (до конца XIX века)



«Механическая» технология, инструментарий которой составляют: пишущая машинка, телефон, фонограф, почта, оснащенная более совершенными средствами доставки.

Основная цель технологии – представление информации в нужной форме более удобными средствами.

3-й этап (40-60-е годы XX века)



«Электрическая» технология, инструментарий которой составляют: большие ЭВМ и соответствующее ПО, электрические пишущие машинки, копировальные аппараты, портативные магнитофоны.

Основная цель технологии – с формы представления информации акцент постепенно перемещается на формирование ее содержания.

4-й этап (с начала 70-х годов XX века)

«Электронная» технология, инструментарий которой составляют: большие ЭВМ и создаваемые на их базе АСУ, оснащенные широким спектром базовых и специализированных программных комплексов.

Основная цель технологии – формирование содержательной стороны информации.

5-й этап (с середины 80-х годов XX века)

«Компьютерная» («новая») технология, инструментарий которой составляют: ПК с большим количеством стандартных продуктов разного назначения.

Создаются системы поддержки принятия решений. Подобные системы имеют встроенные элементы анализа и искусственного интеллекта для разных уровней управления. Они реализуются на ПК и используют телекоммуникационную связь.

Сетевые технологии

В различных областях начинается широкое использование телекоммуникационной связи, локальных компьютерных сетей



Новые информационные технологии

- ▶ современные способы сбора, хранения и представления информации на основе средств вычислительной техники и связи.

Компьютерные информационные технологии предполагают:

- ▶ коллективную подготовку документов;
- ▶ возможность оперативной работы с графической информацией;
- ▶ представление числовых данных с помощью графических пакетов в виде различных видов графиков и диаграмм;
- ▶ оформление и тиражирование, рассылку и передачу информации с помощью электронной почты;
- ▶ использование различных устройств ввода/вывода информации;
- ▶ использование пакетов прикладных программ (ППП) для решения различных экономических задач: прогноза, балансовых и т.д.

Для информационных технологий наших дней этапы характерны:

- ▶ работа пользователя в режиме манипулирования данными (не нужно «помнить и знать», а достаточно выбрать из «предлагаемого меню»);
- ▶ безбумажный процесс обработки документов (на бумагу фиксируется только окончательный вариант документа);
- ▶ диалоговый режим решения задач с широкими возможностями для пользователей;
- ▶ возможность коллективного использования документов на основе группы компьютеров, объединенными средствами коммуникаций;
- ▶ возможность адаптивной перестройки формы и способа представления информации в процессе решения задач

автоматизированные системы управления (АСУ)

- ▶ система «человек-машина», обеспечивающая эффективное функционирование объекта управления, в которой сбор и переработка информации, необходимой для реализации функций управления, осуществляется с применением средств автоматизации и вычислительной техники

Internet как глобальная компьютерная сеть. Основные услуги Internet.

Internet – гигантская компьютерная сеть, состоящая из множества соединенных друг с другом меньших по размеру сетей и покрывающая весь земной шар. Выделяют такие информационные службы Интернет, как E-mail, Ftp, Telnet, WWW, Gopher и др.

Инtranет (INTRANET)

- ▶ это корпоративная сеть (возможно – сеть офиса, предприятия, лаборатории и кафедры), использующая продукты и технологии Интернета для хранения, связи и доступа к информации.

EXTRANET

- ▶ Объединение сетей Intranet

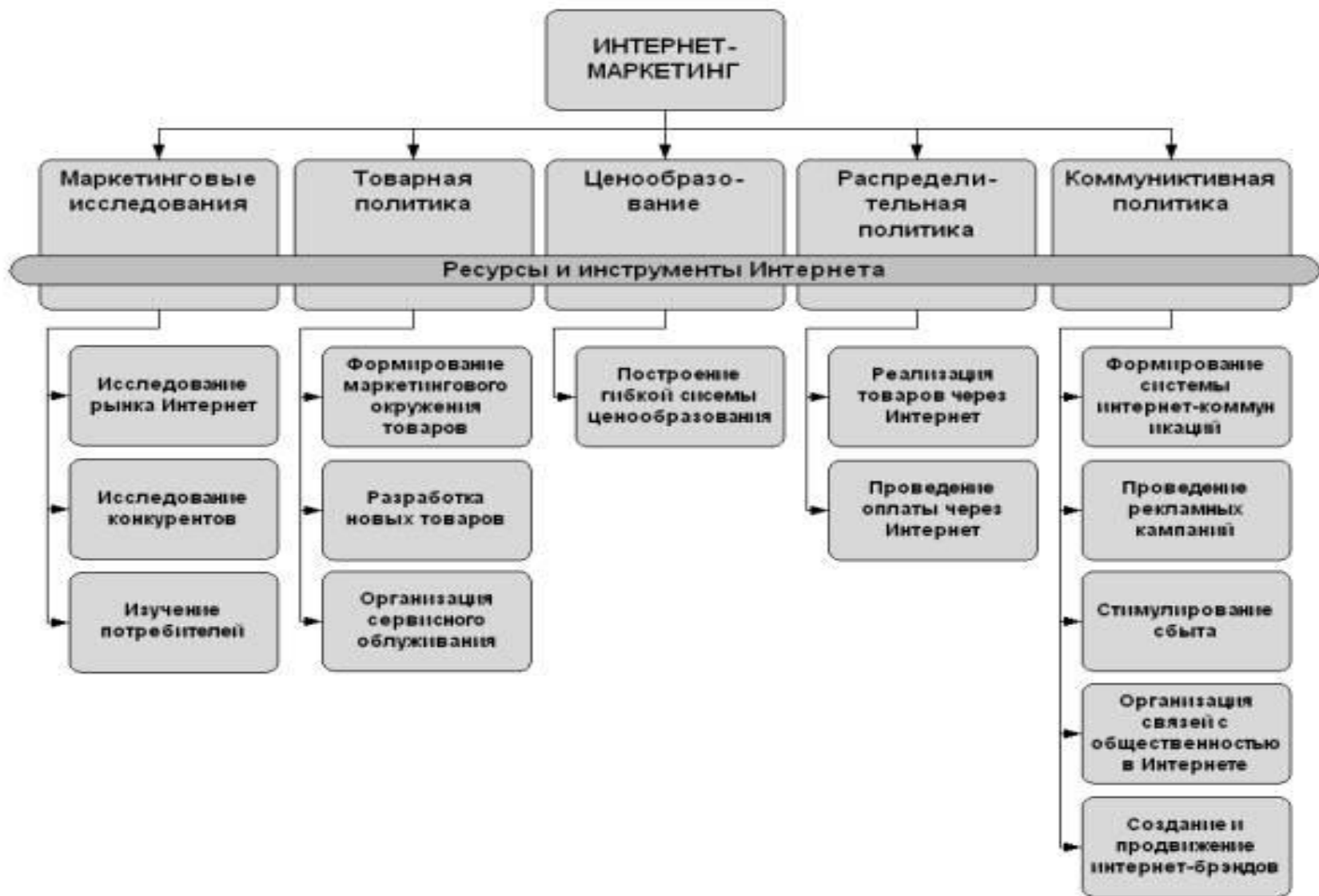


3. Основные услуги Интернет

- ▶ Электронная почта (e-mail);
- ▶ Списки рассылки (Mailing lists);
- ▶ Телеконференции или группы новостей (Usenet);
- ▶ World Wide Web (WWW) «Всемирная паутина»

Интернет-маркетинг

- ▶ теория и методология организации маркетинга в гипермедийной среде Интернета.



Возможности использования Интернета в системе маркетинга предприятия

достоинства интернет-маркетинга

- ▶ **1. Платежеспособная и социально активная аудитория**
- ▶ **2. Небольшие рекламные бюджеты.**
- ▶ **3. Полное представление товара.**
- ▶ **4. Контроль результатов.**
- ▶ **5. Интерактивность.**

4. Call-центр

Система по обработке сервисных заявок и жалоб от клиентов, фиксация и дальнейшая работа с обращениями клиентов.

Основной акцент – профессиональная обработка большого количества телефонных транзакций.

Call-центр – это:

- ▶ Учет и запись разговоров;
- ▶ Рабочие места;
- ▶ Поддержка телефонных средств коммуникации, e-mail, IM-запросов, заявок, отправляемых с корпоративных сайтов, видеозвонки.

Варианты построения Call-центра в компании:

- ▶ Собственный Call-центр;
- ▶ Использование услуг аутсорсингового Call-центра;
- ▶ Смешанный вариант.