

Gestão operacional de marketing

Tema 3

Tele Marketing

Marketing direto

Marketing direto

Marketing direto é um sistema, também interativo de marketing, que usa uma ou mais meios de propaganda para obter uma resposta mensurável e/ou uma transação em qualquer localização.

Marketing direto

Os principais objetivos do marketing direto são:

- Pesquisa mercado;
- Identificação de clientes potenciais;
- Conquistar novos clientes;
- Fidelização de clientes;
- Divulgação da marca e dos seus produtos ao público alvo definido;
- Rentabilização da Força de Vendas
- Obtenção de resultados mensuráveis;
- Maximização do lucro.
- Diminuição dos custos.

Marketing direto

Etapas para a construção de uma relação one-to-one ou marketing 1A1

- Identificação dos Clientes
- Diferenciação dos Clientes
- Interação com os Clientes
- Customização do Produto / Serviço

Marketing direto

Tipos de marketing direto Identificação dos Clientes

- Processo de um passo: Compra direta
- Processo de dois passos: Qualificação do cliente
- Opção negativa: Compra inicial com desconto ou brinde

Marketing direto

Principais formas de marketing direto:

- Direct mail
- Marketing de catálogo
- Telemarketing:
- Marketing de Televendas
- Marketing direto on line

FIM

Do capítulo 2