

OBSAH

Úvod	
Dopisy v koši nekončí	7

KDE HLEDAT NOVÉ ZÁKAZNÍKY

1.	Cílové skupiny - dodatečný kapitál	9
1.1.	Měříme direct marketingovou účinnost	11
1.1.2.	Statistické sledování nabídek	12
1.1.3.	Testování efektivnosti propagačních prostředků	12
1.1.4.	Ekonomické propočty?	13
1.1.5.	Rozhovory s klienty	14

PŘÍMÁ REKLAMA - ALE KDY?

2.	DIRECT MARKETINGOVÝ KALENDÁŘ	17
2.1.	200 příležitostí pro adresnou reklamu	18

DIRECT MAIL - EFEKTIVNÍ MÉDIUM

3.	OSOBNÍ DOPIS JAKO ROZHOVOR	24
3.1.	Oslovit bez jména?	25
3.2.	V SRN přes 20 miliard marek na direct marketing	26

FANTAZII SE MEZE NEKLADOU

4.	Příklady dopisů pro získávání nových zákazníků	29
4.1.	Získávání nových zákazníků kdykoliv	30
4.2.	Otevření nebo převzetí firmy	40
4.3.	Přestěhování - velkoobchod	47
4.4.	Dovolená	52
4.5.	Výprodej, mimořádná nabídka	55
4.6.	Sezonní nabídka	61
4.7.	Zavádění nových výrobků a služeb	66
4.8.	Doprovodné dopisy	69
4.9.	Nabídka	73
4.10.	Znovuoslovení	79
4.11.	Akce při péči o zákazníky	85
4.12.	Pozvání	95
4.13.	Jubileum	105
4.14.	Představení	108
4.15.	Svátky a pamětní dny	112
4.16.	Testování	121
4.17.	Získávání přátel	126

Místo závěru:

papír, tisk, obálka a poštovné	130
--------------------------------	-----