

Sadržaj

Uvod	5
1. DIREKTNA POŠTA U OKVIRU INTEGRISANE MARKENTIŠKE STRATEGIJE	13
Oglašavanje	18
Prodaja	28
Istraživanje tržišta	39
Planiranje kreativne direktne pošte	43
2. BAZA PODATAKA: KONCEPT	57
Definicije	57
Baza podataka: odozgo naniže	62
Baza podataka: upoznajte svoje kupce	73
Baza podataka: odozdo na gore	79
3. KORIŠĆENJE BAZA PODATAKA	81
Maloprodaja	81
Veleprodaja	87
Prodaja preko direktne pošte	91
Analiza	97
Prikupljanje finansijskih sredstava	99
Naklonost	99
4. PRIKUPLJANJE PODATAKA	101
Podaci o prodaji	101
Demografski podaci	114
Psihografski podaci	146
Podaci koji se odnose na biznis	164
5. RUKOVANJE PODACIMA	167
Ažuriranje spiskova	167
Zaštita podataka	176
Personalizacija	177
Poštanska služba	182

6. SELEKCIJA PODATAKA: REGRESIJA . . .	191
Liste potrošača	191
Poslovne liste	198
7. PLANIRANJE BAZA PODATAKA	201
Uvod	201
Strategijsko planiranje	202
Hardver	205
Softver	210
Ekonomisanje	212
8. PRONALAZENJE POMOĆI	221
Oglasne agencije	222
Konsultovanje	225
Kreativnost	227
Poslovanje sa listama	231
Štampanje	241
Razvrstavanje	244
Adresiranje	248
Poštansko odeljenje	251
Realizacija	265
Kompjuterski biroi	267
Zaključci	277