

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 efektivity 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