Базы данных

Базы данных представляют собой таблицы с контактными данными существующих и потенциальных клиентов какой-либо компании. Они играют особую роль в директ-маркетинге, являясь одним из наиболее важных вспомогательных инструментов продажи продукта или услуги. В прямом маркетинге успех рекламной кампании во многом зависит от качества и скрупулезности формирования адресной базы клиентов, т.к. даже самое красивое письмо будет не способно повысить продажи без грамотно составленной БД.

Базы данных служат как для выборки, дедубликации, верификации клиентов, так и для проведения маркетинговых анализов, планирования, сегментации покупателей и т.д.

 Если в основе классического маркетинга лежит теория, то с директ-маркетингом, предполагающим прямое общение с потенциальным клиентом, такой номер не пройдет – необходимо знать не только общую характеристику целевой аудитории, но и конкретного клиента.

Профессиональное составление базы данных заключается в проведении различных маркетинговых исследований, цель которых – получение информации о компании или частном лице, ее систематизация и классификация.

Если несколько лет назад для проведения рекламной кампании было достаточно разделить клиентов по отраслевому и территориальному признаку, то на сегодняшний день в качестве критериев выборки используются и другие параметры, например: объем производства, форма собственности, возможность обратной связи, стаж работы и т.д. Преимущества такой выборки очевидны – оптимизация и повышение точности рекламной компании.