

中美合金

课里播 企业培训课程
营销实务学习方案

课里播
(CRISP) www.crispchina.com
Learning Solutions China

直接营销技巧

——如何通过直邮与直复广告创建业务

[美] Lois K. Geller 著 范柏乃 译



上海财经大学出版社

企业培训课程
营销实务学习方案
中美合金



直接营销技巧

——如何通过直邮与直复广告创建业务

[美] Lois K. Geller 著

范柏乃 译



上海财经大学出版社

图字 09—2001—085 号

DIRECT MARKETING TECHNIQUES
Building Your Business Using Direct Mail and
Direct Response Advertising

Lois K. Geller

All rights reserved. No part of this book may be reproduced or transmitted in any form or by any means now known or to be invented, electronic or mechanical, including photocopying, recording, or by any information storage or retrieval system without written permission from the author or publisher, except for the brief inclusion of quotations in a review.

© 1998 by Crisp Publications, Inc.

Printed in the United States of America by Bawden Printing Company.

© 2001 中文版专有出版权属上海财经大学出版社
版权所有 翻版必究

出版前言

致读者

21 世纪是科技高速发展与普及的年代,是资讯革命的年代。

在部分欧美国家,资讯公路已经伸展至所有企业及大部分家庭。它正在改变人类的生活、工作、学习及休闲的方式。

我国政府也正在努力架设资讯公路。在不久的将来,随着电视机顶盒的普及,互联网将走进每一个有电视机的家庭。

要成为新资讯年代的成功者,我们需要学习新的知识、技能与态度。最重要的是结合新科技的优势,重新建立新的思维方式及工作方法。

课里播企业培训课程是全世界领先企业采用的课程,我们希望这些课程能够帮助每一位读者战略性地开拓各自成功的职业生涯,建立无可比拟的个人竞争优势——成为终身的学习者,不断学习、不断改进,与科技及资讯发展同步。

致企业的领导者

在竞争激烈、供过于求的年代,利用价格去竞争,已经令所有参与竞争的企业尝透了恶性循环的苦果。

如何在价格以外,建立企业的竞争优势,是每一个企业面临的共同的课题。

课里播企业培训课程,以自主互动的学习方式,帮助企业以低成本、高效益的方式,将学习与工作结合起来,使员工寓工作于学习之中、寓学习于工作之中,成为学习型的企业,在产品、营销、服务、企业文化、绩效等各方面产生由员工自发的动力,为企业建立无可比拟的竞争优势。

欢迎探访我们的网站: www.crispchina.com, 与我们的学习方案顾问联系。

李秀英

“课里播企业培训课程”学习方案顾问、业务拓展总监

Crisp Learning Solutions China

企业用户

对课里播(Crisp)课程的评价

惠普公司的 Wendy Flint 认为：

“在我们的自主学习图书馆借出的书籍中，课里播课程是最受欢迎的项目，我们的经理和管理者尤其欣赏它在培训员工时所体现的易用性。”

在波音公司领袖及学习中心工作的 Charles Ruthford 认为：

“成为课里播的合作伙伴使我们能够为广大的波音员工提供易学、易懂的商业技能培训课程。”

康柏计算机公司的 Duane Waterman 鼓励道：

“把这项优质工作干下去！课里播产品所展示的专业性及高度的成本效益极大地支持了我们事业的发展。”

西门子公司的销售培训经理 Mike Petefish 说：

“课里播的产品非常简练。它提供了一种质优价廉的学习途径。”

麦当劳的副总裁助理 Terri K. Capatoso 是这样评价的：

“我们认为课里播产品对我们开发的‘顾客满意代表培训证书班’，是一个无价之宝。”他不无自豪地说：“我们的培训班赢得了‘1998年麦当劳团队奖’。我们愿意就课里播产品提供给我们的世界级的宝贵经验，而共同分享这个殊荣。我们非常庆幸选择了课里播作为我们的合作伙伴，而且我们期待未来继续合作。”

课里播企业培训课程简介

课里播(Crisp)企业培训课程由美国专业培训顾问师结合企业辅导工作开发,具有极高的操作性。在全球 20 多个国家,共有 20 000 000 个课程正在各大、中、小企业使用,其中包括 75% 以上的美国 500 强企业(例如麦当劳、惠普、摩托罗拉、波音公司等)以及美国总统的办公室。中国几家优秀的出版社(上海财经大学出版社、清华大学出版社、中山大学出版社),与美国 Crisp 公司在中国的代
表 Crisp Learning Solutions China 进行合作,将这些课程翻译到中国。事实证明,这些课程可以明显改进企业的管理,有效提高生产力、销售业绩、员工绩效及顾客的满意度。我们期盼这些中美企业文化合金课程的引进亦能为迅速崛起的中国企业助一臂之力,加速其国际化进程。

课里播企业培训课程将当今全球验证成功的企业管理方法整理成简便易行、文字浅显,以成功基因为本(competence based)的互动课程。每个课程只需 1 个小时就可以学完,并掌握基本重要的理念。这些课程,既可以自主学习,也可以作为培训师或经理培育员工的教材,或者作为顾问师辅导企业的辅助工具。课程将覆盖企业管理实用范畴,包括管理者及被管理者的知识技能、态度、顾客服务、营销、人力资源开发、企业发展等方面。

这些课程具有高度成本效益,可以改进企业的素质,提高生产率、销售成绩、员工绩效、工作质量及顾客的满足程度。

建议学员拿着铅笔,边看边做练习,效果更佳

学习目标

直接营销技巧

以下列出了本书的学习目标，它将引导您了解本书所讨论的主要问题。

本书的目标

- ☐ 1) 展示通过直接营销的方式创建商务的模式
- ☐ 2) 详细介绍直接营销的过程
- ☐ 3) 如何利用直复广告



学习进展评价

除了学习目标以外，课里播公司还设计了一套评估体系，该体系覆盖了本书的所有基本知识。通过多项选择/是非判断题，您可以测试自己对本书讨论主题的理解程度，并作出评价。同时，您还可以得到与上面所列目标及问题配套的答卷与答案。想得到这一套评估资料，请登录www.crispchina.com查询。

本书评估方法不可用于任何人员的挑选过程。

作者简介

路易斯·盖勒是梅森 & 盖勒公司(Mason&Geller)总裁,该公司从事广告与公众关系业务,并拥有时代公司、宝丽金音像公司等著名的客户。盖勒女士曾任戴尔·卡内基大学的讲师、几家营销组织的客座讲师,以及直接营销联合会与许多其他协会的客座或首席发言人。作为纽约大学的副教授,她在该校讲授直接营销领域的核心课程。1997年5月她因授课成绩优异而被授予纽约大学奖。

盖勒女士著述颇丰,其中包括24卷的《新国际艺术百科全书》和《新国际园艺百科全书》,她的论著《回复——有利可图的直接营销完全指南》在8个国家出版,并在美国许多市场营销与广告杂志上多次再版。

致 谢

本人首先对夏恩·科尔伯格表示特别的感谢。她帮助我写就并付印此书。她鼓励我抽空进行该书的写作。她是一个完美的人,我衷心地感激她。

其次我要对我父母表示特别的感谢,他们一直对我充满信心并支持我做的每一件事。我还要谢谢米歇尔·麦克考米克,他分担了我工作的重担;谢谢詹姆斯·胡夫,他善于将工作进行得有条不紊。此外,我还要谢谢吉·德斯米利、帕特里夏·谢里旦、查理·梅森和朱迪·史米斯。

同样,我还要感谢我的朋友们,如安德里·内森伯格、乔治·麦克格里、若曼·阿米尔、朱迪与米奇·米尔斯坦、汤姆·阿母雷罗、姆里·米勒等。在我孤独和在我写作的时候,他们始终给我宝贵的支持。支持我的朋友还有很多,在此允许我不一一列举了。

献 词

在我的儿子保罗成长的岁月里,我总有许多有关如何使用直接营销的手段挣钱的主意。在年轻人生活中几乎所有的事情都需要花钱——矫正牙齿、参加乐队、满足特殊的爱好,一切的一切。

有一段时间,我们建立了自家的珠宝邮购业务,我们开展免费邮递业务,向客户提供 Guersey 邮票、百科全书甚至还有多利佩顿娃娃。

每一个创意都是我与保罗俩人合作的结精,保罗帮我复印,统计回复率,共同制定战略。他棒极了,他处事态度积极并鼓励我坚持自己的事情。

所以我将此书献给我的儿子保罗和他贤惠的妻子琼,不管保罗想要做什么,琼总是鼓励他做好每件事情。

我对亲爱的读者也抱有美好的期望。我希望读者阅读本书,尝试直接营销的商务,并祝他们成功。

致读者

无论我走到哪里,人们总告诉我他们想从事直接营销的工作。

有些人(比如我开干洗店的邻居)已建立了他们的业务,并想通过直接营销扩大客户群。

有些人(像我的牙医,他发明了一种能听录音的高尔夫球帽,戴上这种球帽,听听录音有助于提高击球的效果)想通过直接营销增加自己的收入。

还有一些人(如宾西法尼亚州设计出真正有创意的玩具屋的妇女)想通过直接营销向顾客直接销售他们的产品或提供直接的服务,并以此谋生。

直接营销的奇迹也能在你身上发生!

以我在直接营销领域超过 25 年的经历,我知道直接营销的奇迹在你身上一定能够发生。正如世上的事情都需要你学着去做一样,直接营销也有一些规则需要你去不断学习和尝试才能掌握。只有通过不断重复有效的做法并剔除无效的做法,你才能学到直接营销的技巧。

直接营销是一门科学,其结果可以检验。在学习如何使其产生实际绩效的过程中,你可以估算你的成本,从而确定可能的回报及期望的赢利。直接营销的方式包括直接通信、直复的印刷广告、直复的电视及广播广告、电话营销和网上广告与交易等等。

本书是针对那些准备初次从事直接营销商务的读者而写的,因此,本书重点介绍直接通信和直复的印刷广告两种方式。

直接营销——一个 950 亿美元的业务

今天从《财富》500 强的大企业到家庭化的小业主,各种规模的企业都有通过直接营销方式所开展的商务。成千上万的人已经在家里或停车库里开展他们直接营销的业务。丽莲·范农的百货业就是通过这种方式经营的。

最为成功的直接营销者在起步阶段业务量都很小,然后他们会逐渐扩大业务,使公司得以成长。因此,不管你在阅读本书时只准备了数千美元或准备得更多一些,你都可以立即实现你的直接营销梦。

最为重要的是你不要奢望一次会赚到百万美元的金钱。你要立足于每一次的成功,积少成多。你要争取客户,留住客户,致力建立忠实你的客户群。要是能够做到这些,那你就能不断发展业务。

在此领域获取成功的人都不会轻易地放弃目标,要是通过一次直接的通信与直复广告尚不能获得自己期望的订单,那他们仍然会坚持做下去,会尝试新的方法和改进其中的某些内容直到获得自己所需要的结果。这些人坚韧顽强,不达成功的目的决不罢休。

我对直接营销深信不疑,因为这些我都亲自经历过

我从一个很小的邮寄订购业务起家,随着岁月的推移,现在终于拥有了自己的直接营销公司。同时,我还帮助许多其他人做同样的事情。因此我知道这一切都会出现,而你同样可以做到这一点。

你所要做的事情就是阅读本书,将你的计划与本书所说的内容结合起来,并坚持按照本书所说的一步步做下去,在你这样做一遍之后再回头重温一遍。你的经验越丰富,你对直接营销的方式就会越适应,你对直邮的产品与服务就会更自信。

祝你好运,记住就从今天开始行动!

路易斯·盖勒

Lois K. Geller

目 录

写在书前/1

第一篇 怎样使用直接营销的方式建立业务/1

什么是直接营销/3

为什么要进行直接营销/4

为什么你的业务需要直接营销/6

评估你的业务/8

找出你的目标市场/10

直接营销的可行性/12

第二篇 对直接营销活动的策划/15

第一步:明确目标/17

第二步:战略选择/19

第三步:策略选择/21

第四步:制定营销计划/24

第三篇 对直递邮包的设计/29

直递邮包的组成/31

第四篇 怎样使用直复广告/51

直复广告/53

直复广告注意事项/59

怎样有效利用广告版面/63

你想从广告中得到什么/65

第五篇 报 价/67

什么是报价/69

报价方式/70

第六篇 扫尾工作:确定客户名单、印刷及履约/77

邮寄名单/79

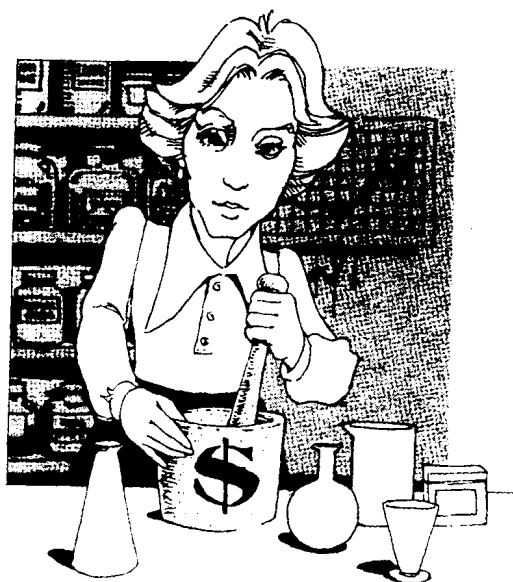
印 刷/88

履 约/91

第七篇 直接营销中最常见的问题/97

结束语/103

怎样使用直接营销 的方式建立业务



什么是直接营销

► 直接营销是一种可以测试、检验的营销手段,通过直接营销可以向目标顾客提供产品与服务,供货方还可同时得到与此相关的直接回复。

► 直接营销是有针对性的为顾客服务的最为有效的方法,这些顾客有着自己的特定的评判标准,他们很有可能购买你的产品。

► 直接营销是一个介绍你自己、你的服务或你的产品的过程,在此过程中你将同潜在顾客中的特殊群体建立起持续的友谊。

► 直接营销包括:

- **直接邮递物**——指你邮寄给顾客的、涉及要求他们向你订购物品的任何邮递物。
- **直复的印刷广告**——需要顾客回复的内含免费电话号码、优惠券或订购单的任何广告。
- **直复的电视广告**——包括免费电话号码或订购通信地址的任何广告,商业信息卡也属此列。
- **直复的广播广告**——包含免费电话号码或订购通信地址的任何广告。
- **英特网网址**——包括要求顾客下订单的任何网址(或提供免费电话号码供顾客拨打,下订单)。
- **电话营销**——请顾客购买你的物品所需拨打的任何电话。

为什么要进行直接营销

不久以前,我们与接受我们产品或服务的顾客之间还只有着一对一的关系。我们知道拐角处杂货店的老板;理发师或发型设计师知道我们整个家史;我们与小镇上的律师是邻居,而同一个人日复一日地将牛奶放在我们家的台阶上……等等。

现在每一家商店看起来还是如此。大型连锁店让大爷、大妈们得以清闲,而我们不离家门就可以购买到一些日用品。我们中大多数人在享受这一新的便利的同时也失去了自己同业主间的人际交往。这一人际交往可以通过直接营销实现,我更愿将人际交往称为“关系营销”。

那么什么是直接营销呢?让别人了解你的业务的方式有很多:广告、促销与公共关系。这其中的任何一种都有助于你建立自己的业务。直接营销与此不同,因为它是唯一的一种可以计量的方式。每次我们进行直邮活动或发送直复的广告时,我们在几天内(有时几个小时)就知道了我们这次活动收到了怎样的效果。直接营销可以很快得到结果。

一旦我们得到了第一批客户,那我们就可以保持与他们的友谊。我们向他们传递商品目录,我们向他们提供更多的产品,我们在电话中与他们保持联系,我们向他们传递谢意。我们的出发点还是想得到新的顾客,与这些顾客保持长期的联系,并由此得到更多的新顾客。优秀的直接营销者深深地懂得与顾客保持联系的重要。这也就是为什么如“美国速递”之类的公司要向他们的客户每月邮递一份新闻简报,在此简报中他们向客户介绍公司取得了那些进展以及如何通过你的用户卡享受这些新的服务。这也同样是为什么其他公司要给他们最好的客户以特别的折扣以维持客户的忠诚度并鼓励他们购买更多的产品的理由。