

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/diplomnaya-rabota/399390>

Тип работы: Дипломная работа

Предмет: Маркетинг

Содержание

Введение 3

Глава 1. Теоретические аспекты реализации прямого маркетинга в организациях 5

1.1. Понятие и сущность прямого маркетинга 5

1.2. Основные инструменты и задачи прямого маркетинга 15

Глава 2. Анализ практики прямого маркетинга в ПАО «Сбербанк» 22

2.1. Общая характеристика деятельности организации 22

2.2. Анализ прямого маркетинга в ПАО «Сбербанк» 28

Глава 3. Совершенствование прямого маркетинга ПАО «Сбербанк» 34

3.1. Разработка мер по совершенствованию прямого маркетинга в организации 34

3.2. Оценка эффективности предложенных мероприятий 36

Заключение 39

Список использованных источников 43

Глава 1. Теоретические аспекты реализации прямого маркетинга в организациях

1.1. Понятие и сущность прямого маркетинга

Маркетинг включает в себя основные методы и практику, которая используется современными организациями, чтобы довести продукт, услугу, мнения до клиентуры .

Прямой маркетинг – это продвижение продукции целевой аудитории с помощью разных маркетинговых каналов. Часто здесь в качестве инструментов могут использоваться взаимодействия с потенциальным клиентом напрямую без посредников.

Прямой маркетинг включает в себя общение непосредственно с целевой аудиторией. Он располагает такими инструментами, как почта, звонки, каталоги и сообщения .

Прямой маркетинг является эффективным способом повышения узнаваемости бренда компании и интереса со стороны клиентов к ее продуктам или услугам. Такая прямая коммуникация работает в обоих направлениях.

Чтобы вовлечь аудиторию в процесс непосредственного общения, бизнес действует в рамках ограниченных во времени возможностей. Это позволит компании получить обратную связь от своих клиентов о продуктах быстро.

Однако разработка прямого маркетинга имеет и свои преграды и недостатки. Например, речь идет о важности хранения персональных данных клиентов, о возможностях увеличения расходов на маркетинг и о снижении рыночного охвата, о проблемах измерения рентабельности от осуществления такого маркетинга. Прямой маркетинг - ключевой компонент в эффективной рекламной деятельности любой компании, если он качественно разработан и реализован на рынке.

Прямой маркетинг относится к старейшим способам доведения информации о товарах и услугах до клиентуры. Данный метод помогает продать продукцию непосредственно покупателям.

Потенциальные клиенты могут приобрести продукцию непосредственно у компании, что отличает эту форму маркетинга от других инструментов, где используются посредники.

Раньше компании чаще создавали каталоги и рекламные брошюры, которые информировали клиентов о продуктах. Таким образом, клиенты узнавали доступность товаров и могли их заказать. Тем не менее сегодня прямой маркетинг остается важнейшей тактикой установления контакта с клиентами .

Правильно выбранный инструмент прямого маркетинга отразит экономическую эффективность получения немедленной обратной связи от клиентов. Неэффективная стратегия прямого маркетинга может не пойти и вызвать некоторые проблемы у компании.

Многие инструменты прямого маркетинга связаны с продвижением товаров . Их цель заключается в том, чтобы удовлетворить потребности клиентов, увеличить продажи, максимизировать прибыль и победить конкурентов .

Список использованных источников

1. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе"// Консультант-Плюс (Собрание законодательства Российской Федерации, 2006, N 12, ст. 1232)
2. Абаев А.Л. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебник для бакалавров, 3-е изд., перераб./ Абаев А.Л., Алексунин В.А., Гуриева М.Т. Под ред. Абаева А.Л., Алексунина В.А. - М.: Дашков и К, 2021.- 433 с.
3. Абаев А.Л. Реклама социальных проектов : методическое пособие / А. Л. Абаев, Г. Г. Вельская, А. Г. Жиляев [и др.] ; под общ. ред. Г.Г.Вельской. – 3-е изд. – М. : Дашков и К, 2022. – 94 с.
4. Акулич М.В. Интернет-маркетинг: Учебник для бакалавров, 2-е изд., пересм.- М.: Дашков и К, 2021.- 346 с.
5. Баландин А.С., Мишанин С.Н. Рекламное дело.- М.: ТВ, 2021.- 36 с.
6. Бердышев С.Н. Информационный маркетинг: Практическое пособие, 4-е изд., стер.- М.: Дашков и К, 2021.- 216 с.
7. Бернайс Э. Пропаганда.- СПб.: Питер, 2021.- 224 с.
8. Березин И.С. Маркетинг. Большой толковый словарь Александра Панкрухина. 3-е изд., перераб./ Березин И.С., Карпова С.В., Коро Н.Р. под общ. ред.- М.: Дашков и К, 2022.- 520 с.
9. Борщевский, Г. А. Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум для вузов / Г. А. Борщевский. – М.: Юрайт, 2021. – 267 с.
10. Горнштейн М.Ю. Современный маркетинг: Монография, 4-е изд.- М.: Дашков и К, 2022.- 404 с.
11. Грушевский С. PR в B2B.- М.: Спутник+, 2021.- 100 с.
12. Губарец М.А., Мазилкина Е.И. Продвижение и позиционирование в маркетинге, или Как продвинуть любой товар: Учебно-практическое пособие.- М.: Дашков и К, 2022.- 222 с.
13. Давтян А.А. Психология рекламной деятельности. Учебное пособие.- М.: КноРус, 2021.- 206 с.
14. Дубровин И.А. Поведение потребителей: Учебное пособие, 5-е изд.- М.: Дашков и К, 2022.-310 с.
15. Евстафьев В.А., Пасютина Е.Э. История российской рекламы. Современный период: Учебное пособие для магистров, 4-е изд., перераб. и доп.- М.: Дашков и К, 2022.- 928 с.
16. Жданова Т.С. Ленивый маркетинг: принципы пассивных продаж, 4-е изд., стер.- М.: Дашков и К, 2021.- 146 с.
17. Иванов А.И. Доказательная реклама.- Ростов-на-Дону: Феникс, 2021.- 190 с.
18. Имшинецкая И.А. Маркетинг как сериал. Истории, которых ждут. СПб.: Питер, 2021.-208 с.
19. Карпова С.В. Международный маркетинг: Учебник и практикум для бакалавров, 6-е изд., перераб. и доп.- М.: Дашков и К, 2021.- 296 с.
20. Ковалева, А. В. Основы социальной рекламы : учебное пособие для вузов / А. В. Ковалева. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2021. – 155 с.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/diplomnaya-rabota/399390>