

Zétényi Tamás:

Direkt Marketing kézikönyv

A Magyar Posta Rt. gondozásában jelent meg. A szerző – maga is gyakorló szakember – teljes áttekintést ad a direkt marketing ágairól és lehetőségeiről. Ismerteti a módszereket, példákat ad a sikeres és elhibázott direktmarketing-kampányokról. A kötet egyaránt szolgálja a profi marketingszakembereket és az iparosokat, kereskedőket. Az előzőek továbbképzést, az utóbbiak képzést kapnak a kötetből.

A munka külön erénye – az olvasmányos stílus mellett –, hogy a kicsiben reklámozók és a nagyvállalatok egyaránt megtalálják benne a számukra alkalmas módszereket és technikákat, gazdag irodalomjegyzék és tárgymutató is segít.

Néhány sor a lektori véleményből:

„Biztosan lesz még több ilyen témájú könyv Magyarországon, de akkor is ez lesz az első és egyben alapozó szakkönyv.”

„A könyv egyik legnagyobb értéke, hogy betölti a kézikönyv szerepét. A szerző megosztja velünk hatalmas gyakorlati tudását, elárulja a »kis titkokat« is.”

A tartalomról:

• A direkt marketing? • A direkt marketing értékesítési vagy kommunikációs csatorna? • Hirdetés vagy direkt marketing • Médiumok és a direkt marketing • Közvetlen és azonnali választ várunk • Eladásösztönzés és direkt marketing • Örökzöld kérdések a direkt marketingről • A „kutató” és a direkt marketing mérése • A direkt marketing tervezése • A címlistától a választig

• Adatbázis-építés • Az előkészítés előkészítése • Címlistából adatbázis • A direktmarketing-csomag • Hogyan válaszol a címzett? • A direkt kereskedelem • Baj- és vetélytársunk: a telemarketing • A kereskedelmen túl • Direkt marketing ügynökség nélkül • Hogyan válaszszunk direktmarketing-ügynökséget? • A direkt marketing „eligazító” • Adatvédelem

A könyv boltban nem kapható. A Magyar Posta Direkt Marketing Centrumában megtekinthető, és megvásárolható vagy megrendelhető. Cím: Budapest XIII. kerület, Lehel u. 10/A, telefon: 236-4555, fax: 236-4553, e-mail: <mailto:dmc@posta.hu>. Fogyasztói ára: 3.690 Ft.

A szerk.

Dr. Rekettye Gábor:

Az ár a marketingben

Műszaki Könyvkiadó, 1999. 342 oldal.

Az ár központi eleme a gazdasági megfontolásoknak. Szerepe egyaránt fontos a vevők vásárlási döntéseiben és a vállalatok

eredményességében. Gazdasági jelentősége ellenére az árak területe meglepően alulreprezentált a magyar menedzsment szakiro-

dalmában. Éppen ezért rendkívül üdvözlendő Dr. Rekettye Gábor műve, amely Az ár a marketingben címmel jelent meg a Mű-