



**Create Direct – Новая Бизнес-кампания: Мой Санта !**

**или**

**Как заключить договора на 100.000 EURO за три месяца**

15.12.2010 – 31.12.2010

## Клиент

□ **Create Direct** – мы сами стали нашим клиентом. Create Direct это директ-маркетинговое агентство полного цикла, предлагающее комплексные директ-маркетинговые решения.

## □ Услуги

□ Create Direct предлагает комплексные директ-маркетинговые решения

# Задача

## □ Развитие бизнеса ☺

- Создать нестандартную стратегию подхода к потенциальным клиентам
- Стратегия должна соответствовать текущему моменту (новогодние праздники)

## □ Бизнес-цель

□ Информировать об услугах Create Direct

□ Заключить новые контракты.

## Сложности

- В связи с зимними праздниками все рассылают поздравительные открытки и рождественские подарки своим клиентам (в том числе и наши конкуренты)
- В связи с кризисом бюджет был ограничен
- С директорами по маркетингу было сложно связаться в связи с их сильной загрузкой накануне праздников.

**Как мы это  
сделали?**

***Механика кампании***

## Механика кампании

- **Концепция кампании: “Мой Санта !”**  
[www.mosulmeu.ro](http://www.mosulmeu.ro)
- Санта Клаус пишет письмо клиентам, в котором сообщает о том, что у него есть **СПЕЦИАЛЬНЫЙ** подарок для них
- Подарок — это Команда Санты (Create Direct), которая должна помочь клиентам создать успешные маркетинговые проекты.
- На основе этой концепции мы начали коммуникацию

## Механика кампании

- Коммуникация состоялась в два этапа:
  - **Офлайн**
  - **Онлайн**

## Механика кампании

- **Офлайн:**
  - Мы создали мейлинг, который состоял из персонализированных конверта и письма, в которых были указаны имена маркетинг-директоров потенциальных клиентов из нашей БД
  - В каждом письме мы написали персонализированную ссылку, например [www.mosulmeu.ro/wr45](http://www.mosulmeu.ro/wr45), и клиенты, которые хотели получить подарок, должны были пройти по ссылке и заполнить там онлайн-форму

# Механика кампании

- **База данных**
  - Мы сделали выборку наших потенциальных клиентов на основе таких значений:
    - Вид деятельности, оборот, месторасположение
    - Полное имя директоров по маркетингу целевых компаний
    - Полный адрес целевых компаний
  - После того, как мы сделали выборку, мы исключили те компании, которые уже заключали с нами договоры.

# Конверт



My dear Andrew

You're one of the few that I thought to write to, so please read well in the end, you'll get a pleasant surprise.

As I used to every year, this year also I'll come to you, but this time ... **I've prepared something special.** I know how hard you want to move next year marketing plans to better performance, as well as I know that you want everything to go better than this year ...

**This time I want to give you a more valuable gift.**

... I want to help you make your job 10 times better, faster, more efficiently and with fully measurable effect.

**So, here's what I thought:**

**Access now [www.mosulmeu.ro/COD](http://www.mosulmeu.ro/COD) , answer to six questions and THAT'S IT ! ... you can sit quietly. Everything is now in the care of Santa and his Team.**

Now more than ever ... do not you think about the loyalty clubs, Lead Generation campaigns , mobile marketing campaigns, interactive marketing or what other crazy stuff not know, just on holidays. **My gift is my Team of Elves creative, productive, covered with passion about their work.**

But to know your needs, do not forget to enter the [www.mosulmeu.ro/COD](http://www.mosulmeu.ro/COD) and answer the six questions. You never know how a band of elves can fulfill your desires in 2011.

Signed,  
Santa



P.S. I forgot to tell you something: When you tell Santa what you want in 2011, Santa will send you a real live Christmas tree.

# Механика кампании

- **Online**

- Мы создали страницу [www.mosulmeu.ro](http://www.mosulmeu.ro) (Мой Санта.ро), где мы вели коммуникации в рамках проекта
- Если потенциальный клиент заходил непосредственно по ссылке [www.mosulmeu.ro](http://www.mosulmeu.ro) его/ее просили войти на персонализированную страницу, адрес которой указан в письме
- Когда они заходили по ссылке из письма, специальная онлайн форма появлялась на экране. Им нужно было заполнить персональные данные (и мы смогли бы актуализировать нашу БД) – некоторые поля были автоматически заполнены информацией, которая была у нас в БД. Также мы просили дать ответы на некоторые важные вопросы, которые помогли бы команде Санты соответствовать потребностям потенциального клиента.

Please access the link from your letter.  
Tank you !

## Механика кампании

- **Онлайн форма**

- Мы построили онлайн-форму из 6 простых вопросов, 3 из которых были закрытые с ответами на выбор, а остальные 3 были открытые с возможностью любого ответа.
- В ответы на первые 3 вопроса мы включили смешные варианты ответов (которые не особо относятся к сути вопроса), чтобы поддержать интерактивный и веселый дух кампании.
- Последние 3 вопроса также были смешные, дружелюбные, спонтанные, неофициальные – в духе кампании.
- Примеры:

Dear Andrew,

Thank you for answering. Please complete the fields below with your details:

Name:  Surname:   
 Mobile:  Email:   
 Company:  Position:

There are the questions:

**1. What are your plans for 2011:**

- a. To have more customers
- b. To have a customer loyalty program
- c. To launch a new product
- d. To make a CRM campaign
- e. No plan (live the moment)

**2. What actions are you going to do in 2011:**

- a. Telemarketing and telesales campaigns
- b. SMS & mobile marketing campaigns, including geo targeting
- c. Direct Mail Campaigns
- d. B2B campaigns, including campaigns to channel incentive
- e. B2C campaigns, including promotions
- f. Unaddressed distribution of leaflets in mailboxes campaigns
- g. Online Marketing (websites, web promotion - Facebook, Google, etc.)
- h. Bunge-jumping off the dam Vidraru

**3. What would you like to do in 2010 and feel that you have no time left to do it:**

- a. To send an Happy Birthday and Merry Christmas SMS to your customers
- b. To send a greeting card to your customers via email
- c. Online and Mobile Marketing actions
- d. Sunbathing in Vama Veche

**4. What do you want to do the most in 2011?**

**5. Describe the perfect agency for you:**

**6. Do you think the world will end in 2012**

I have read and i agree to the terms and conditions relating to the processing of personal data.

# Механика кампании

- **Примеры смешных ответов от клиента**

**4. What do you want to do the most in 2011?**

To sunbathe for three months at a beach in The Philippines and other three months in one at Brazil (between the two destinations i can get a break from work )

**5. Describe the perfect agency for you:**

An agency that can replace me at the office without others realizing it (so I may still get paied)

**6. Do you think the world will end in 2012**

If you know something please tell me so I can get faster in The Philippines and Brazil

I have read and i agree to the terms and conditions relating to the processing of personal data.

**Send >**

## Механика кампании

- Кроме того, мы вставили комментарии на основе ответов в нашу презентации, которые демонстрировали на первой встрече с каждым потенциальным клиентом



## Механика кампании

- **WEB2SMS**

- Как только они заполняли форму и нажимали кнопку **ОТПРАВИТЬ**, им приходило SMS-сообщение...
- SMS звучало так:

«Санта благодарит вас за ответы. За это вы получите настоящую живую новогоднюю ёлку!»

## Механика кампании

- **Доставка подарка**
  - Мы отправили подарки от Санты потенциальным клиентам, которые заполнили онлайн-форму
  - Подарки – это живые новогодние ёлки в украшенные в деревенском стиле, всякой всячиной
  - Одним из украшений была визитка менеджера по развитию бизнеса

# Настоящая живая новогодняя ёлка



**Что  
произошло?**

***Результаты***

Люди были в восторге от идеи!

**Мы получили поздравления с  
успешным завершением  
кампании от всех  
потенциальных клиентов,  
которые дали отклик**

## Итоги

- Уровень отклика кампании составил 17,5%.
- 100% уровень успешности (мы встретились со всеми 17,5% потенциальных клиентов, которые ответили на вопросы онлайн)
- Мы организовали встречи со всеми потенциальными клиентами, которые дали отклик (весь график января и частично февраля был занят встречами)
- **И... Мы получили директ-маркетинговый бюджет в 100.000 EUR , инвестировав 100 EUR в проект, так что он того стоил ☺.**
- **ROI кампании составил 1:1000.**

# Итоги

Название	Кол-во
Общее количество компаний	120
Общее количество контактов	120
Директоры по маркетингу	120
Заинтересованы	21
Горячие контакты	15
Закрытые контакты	3

## Результат кампании, учитывая прибыль от продаж новым клиентам:

- Общая стоимость кампании: 100 €
- 15 горячих контактов из 21 заинтересованного
- затраты на каждого заинтересованного клиента: 9.5 €
- затраты на каждый горячий контакт: 13 €
- поступления от сотрудничества: 100.000 €
- продажи, по нашим оценкам: 5 (приблизительно 150.000 € прибыли)
- закрытые контакты на данный момент: 3 (средняя прибыль от новых продаж: 100.000

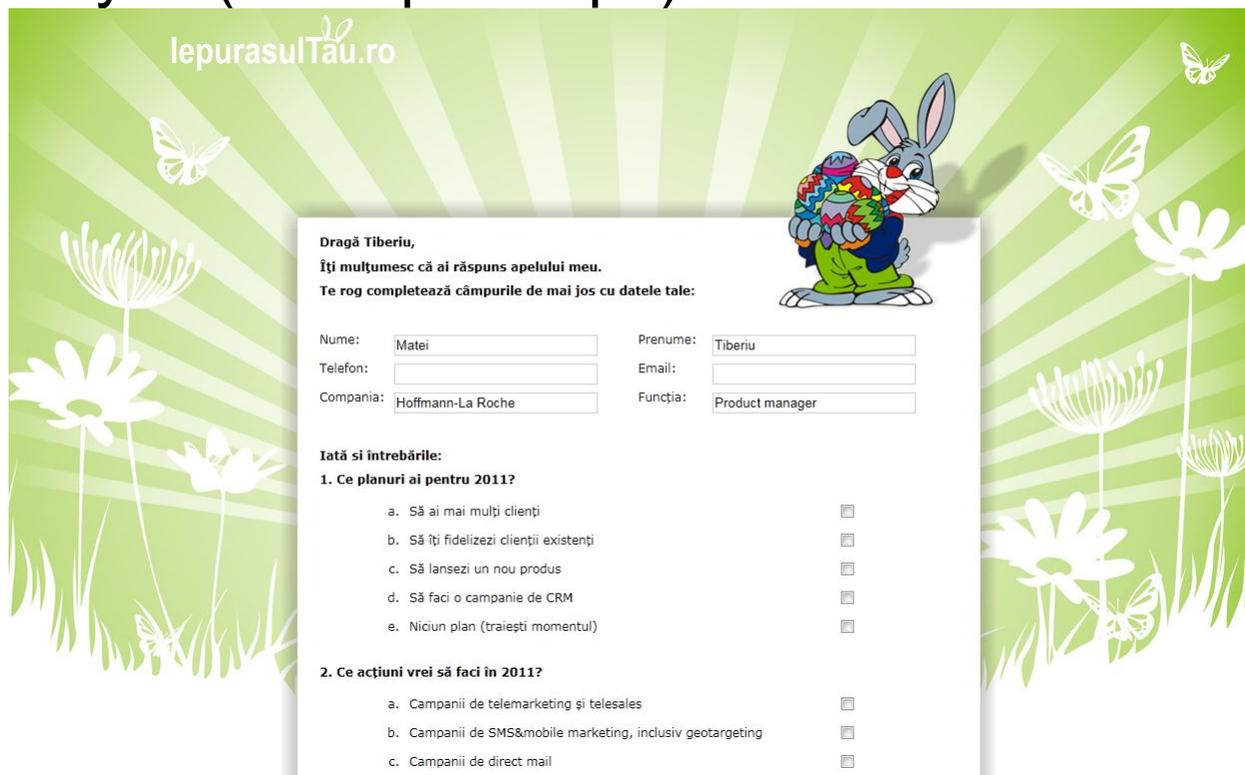
## Дополнения

- Вообще-то я уже все сказал, но:
- **Поскольку у нас было столько встреч, запланированных на январь и февраль, у нас было не так уж много времени на праздники**



## И постскриптум:

- Поскольку стратегия имела огромный успех, мы планируем провести такую же кампанию на Пасху...  
yourbunny.ro (ваш кролик.ro) 😊



lepurusulTau.ro

**Dragă Tiberiu,**  
Îți mulțumesc că ai răspuns apelului meu.  
Te rog completează câmpurile de mai jos cu datele tale:

Nume:  Prenume:   
 Telefon:  Email:   
 Compania:  Funcția:

**Țată și întrebările:**

**1. Ce planuri ai pentru 2011?**

- a. Să ai mai mulți clienți
- b. Să îți fidelizezi clienții existenți
- c. Să lansezi un nou produs
- d. Să faci o campanie de CRM
- e. Niciun plan (traiești momentul)

**2. Ce acțiuni vrei să faci în 2011?**

- a. Campanii de telemarketing și telesales
- b. Campanii de SMS&mobile marketing, inclusiv geotargeting
- c. Campanii de direct mail

# Спасибо,

Cosmin Lacatusu

Cosmin [at] createdirect.ro

