



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

□ **Заклучить 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
- 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, 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



To : Andrew Simmons
CLIMBERS COMPANY
28th Vitan St.
Bucharest 3, Romania

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 , 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 Eleves creative, productive, covered with passion about their work.**

But to know your needs, do not forget to enter the 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 (Мой Санта.ро), где мы вели коммуникации в рамках проекта
- Если потенциальный клиент заходил непосредственно по ссылке 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 презентацию, 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 €)

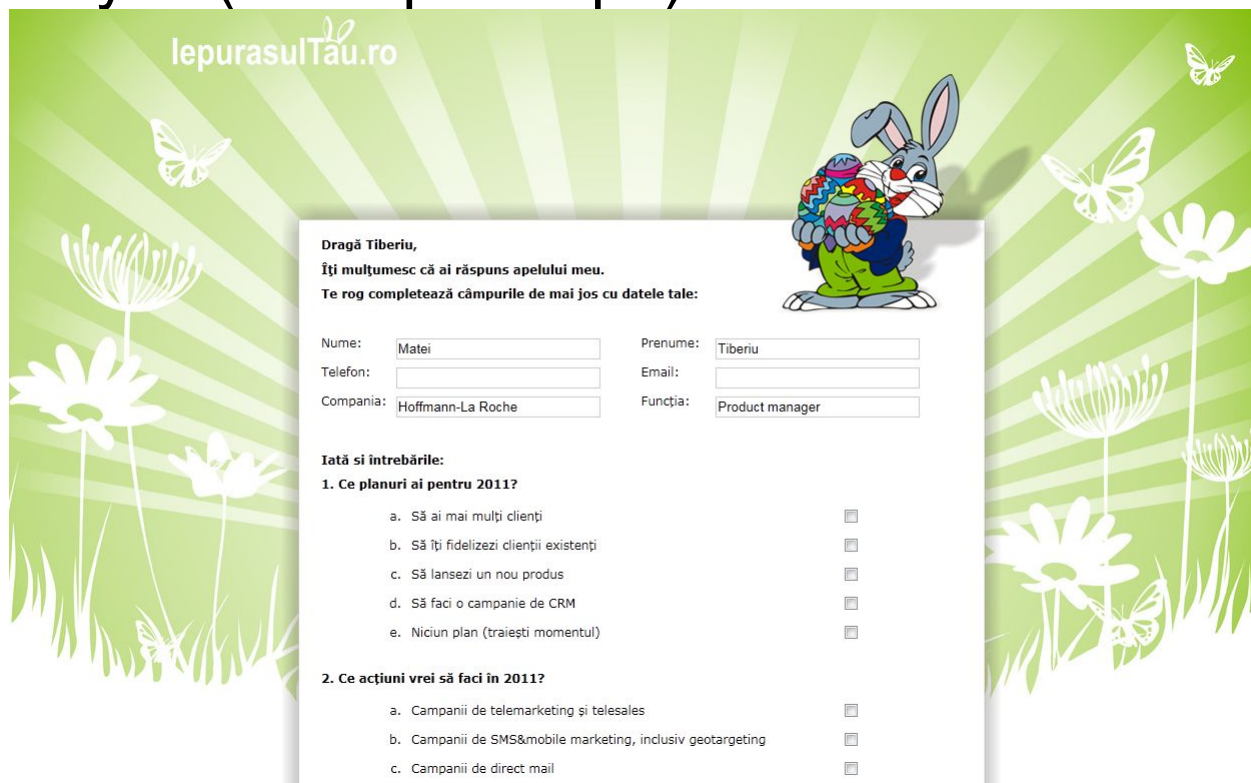
Дополнения

- 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:

- Поскільки стратегія мела огро́мний успіх, ми плануємо провести таку ж кампанію 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

