

<<直复营销：互联网、直递邮件 >

图书基本信息

书名：<<直复营销：互联网、直递邮件及其他媒介>>

13位ISBN编号：9787720804446

10位ISBN编号：7720804449

出版时间：2003-1-1

出版时间：上海人民出版社

作者：（美）邓肯（Duncan，G.）

译者：杨志敏,杨建民

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<直复营销：互联网、直递邮件 >

内容概要

本书作者是一位获过奖的直递邮件作者和顾问。

他被列入美国50名顶尖级直递邮件作者。

在许多大公司担任关键职位长达16年之后，于1976年成立了邓肯直复营销协会。

本书向读者提供客户直复营销策略、文字说明和设计、咨询、有效直递邮件的创造性写作和指导、网上资源、数据库营销和促销活动。

本书罗列了各种一览表和案例研究，帮助你澄清复杂的问题并作出重大的商业决策，还包含了大量经实践证明的提示和忠告，可广泛地应用到直递邮件活动之中。

作者简介

乔治·邓肯是一位多次获奖的直递邮件作者和顾问，他被列入美国50名顶尖级直递邮件作者。在Ziff-Davis, Columbia House和Xerox担任关键职位长达16年之后，于1976年成立了邓肯直复营销协会。该协会向客户提供直复营销策略、文字说明和设计、咨询、有效直递邮件的创造性写作和指导、网上资源、数据库营销以及促销活动方案。

书籍目录

序

前言

第一部分 基础

第1章 绪论：直递邮件和回复的动力

第2章 报价——获得回复的关键

第3章 交互式广告设计

第二部分 螺母和螺帽

第4章 邮寄成本有多高？

第5章 我期待什么样的结果？

第6章 在邮寄清单沼泽中找到你的出路

第7章 数据库营销——黑暗中的骆驼

第三部分 创作过程

第8章 写回复：直递邮件写作

第9章 直递邮件包

第10章 撰写和设计回复广告

第四部分 配角

第11章 替代性印刷传媒：一个低成本的新工具

第12章 电话营销：追求并获得利润

第13章 目录册

第14章 贸易展览会

第五部分 因特网：营销中的庞然大物

第15章 因特网上的直复营销：把你的公司带入新世纪

第16章 电子邮件营销：网络的另一面

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>