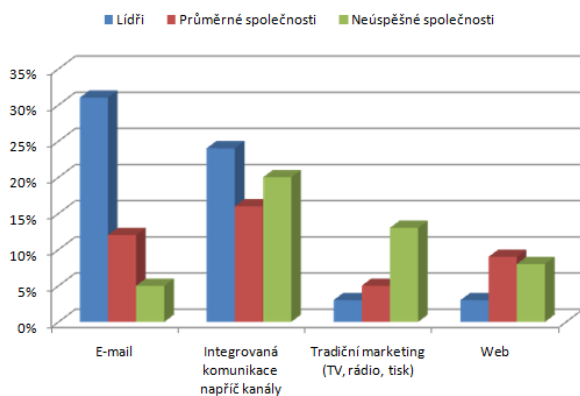


Jak komunikují úspěšné společnosti?

Americká výzkumná společnost Aberdeen Group provedla v říjnu 2008 průzkum zaměřený na formu komunikace úspěšných společností se zákazníky.



31% úspěšných společností považuje za prioritní E-mail

Využití E-mailu jako nosného komunikačního kanálu se v průběhu ekonomické krize ještě zvýšilo.

Denně je realizováno několik kampaní, zacílených na specifické segmenty zákazníků. Nabídka je maximálně personalizovaná.

89% úspěšných společností má zaveden informační systém pro plánování, realizaci a vyhodnocení e-mailových kampaní.

24% úspěšných společností využívá více vzájemně integrovaných komunikačních kanálů

Integrovaná komunikace zaručuje konzistentní sdělení všemi komunikačními kanály.

66% úspěšných společností má standardizovány procesy a určenu jednu osobu zodpovědnou za plánování a realizaci kampaní napříč všemi kanály.

3% úspěšných společností má založenu komunikaci na webových stránkách

Webové stránky často využívají registraci uživatelů. Cílem je jednak zjistit osobní profil zákazníků, jednak nabídnout personalizovaný obsah stránek a využít získané údaje při zacílení e-mailové komunikace.

Méně než 3% úspěšných společností zůstává u tradiční marketingové propagace

Zajímavé je, že tuto tradiční formu komunikace preferuje nadále 13% neúspěšných společností.