



Digitally signed by
Technical Scientific
Library, TUM
Reason: I attest to the
accuracy and integrity of
this document

UNIVERSITATEA TEHNICĂ A MOLDOVEI

MARKETING DIRECT

Indicații metodice

Chișinău
2023

UNIVERSITATEA TEHNICĂ A MOLDOVEI
FACULTATEA INGINERIE ECONOMICĂ ȘI BUSINESS
DEPARTAMENTUL TEORIE ECONOMICĂ ȘI MARKETING

MARKETING DIRECT

Indicații metodice

Chișinău
Editura „Tehnica-UTM”
2023

CZU 339.138(076.5)
G 82

Lucrarea a fost discutată și aprobată pentru editare la ședința Consiliului Facultății Inginerie Economică și Business, proces-verbal nr.1 din 11.12.2023.

Indicațiile metodice la disciplina *Marketing direct* sunt un instrument de pregătire profesională a marketerului în scopul de a-l face mai receptiv față de cea mai efektivă formă de marketing care permite ca promovarea produsului/serviciului să fie direcționată spre publicul dorit și măsurarea cu precizie a rezultatelor, a-l ajuta să alcătuiască o bază de date a consumatorilor, să elaboreze direcții de dezvoltare a vânzărilor online, să analizeze eficient un program de publicitate directă.

Indicațiile metodice sunt destinate studenților cu frecvență la zi și cu frecvență redusă, programul de studii *0414.1 Marketing și logistică*.

Autor: conf. univ., dr. Maria Grigoraș

Recenzent: conf. univ., dr. Lilia Chiriac

DESCRIEREA CIP A CAMEREI NAȚIONALE A CĂRȚII DIN RM

Grigoraș, Maria.

Marketing direct: Indicații metodice / Maria Grigoraș; Universitatea Tehnică a Moldovei, Facultatea Inginerie Economică și Business, Departamentul Teorie Economică și Marketing.

– Chișinău: Tehnica-UTM, 2023 – 106 p.: fig., tab.

Aut. indicat pe verso f. de tit. – Bibliogr.: p. 105 (14 tit.). – 50 ex.

ISBN 978-9975-64-372-6.

339.138(076.5)

G 82

ISBN 978-9975-64-372-6

© UTM, 2023

CUPRINS

Introducere.....	3
Tema 1. Elementele fundamentale ale marketingului direct.....	4
Tema 2. Planuri de afaceri, strategice și de marketing direct.....	10
Tema 3. Impactul bazelor de date	26
Tema 4. Listele de adrese poștale ale clienților – persoane fizice și companii.....	36
Tema 5. Oferta și specificul ei în marketingul direct.....	44
Tema 6. Mediile de informare în marketingul direct	55
Tema 7. Comerțul electronic.....	68
Tema 8. Managementul procesului creativ.....	76
Tema 9. Marketingul direct între companii	94
Tema 10. Inovație prin creativitate și testare	98
Lucrarea de sinteză nr.	103
Lucrarea de sinteză nr.2	104
Bibliografie	105

INTRODUCERE

Într-un mediu cu o concurență acerbă, organizațiile înțeleg că „câștigarea” clienților, păstrarea și „fructificarea” acestora este direct proporțională cu capacitatea de comunicare. Or, comunicarea eficientă trebuie să se bazeze pe vigilență și pe flexibilitate. Aceste principii sunt garantate de una din cele mai persuasive forme de marketing, și anume, marketingul direct.

Abordarea marketingului direct de către întreprindere presupune o seamă de avantaje care exced formele tradiționale de vânzare, și anume: construirea unei baze de date a clienților, stabilirea unei relații ultrapersonalizate cu clientul, urmărirea comportamentului consumatorului și comensurarea imediată a rezultatelor, dar și al eficienței investițiilor. Notorietatea marketingului direct converge și din faptul că este accesibil pentru orice tip de afacere, inclusiv pentru businessul mic și mijlociu careia îi permite anticiparea randamentului fiecărui capital investit.

Indicațiile metodice la disciplina *Marketing direct* sunt un instrument de pregătire profesională a marketerului în scopul de a-l face mai receptiv față de cea mai efektivă formă de marketing care permite targetarea direcționată a promovării produsului/serviciului, dar și măsurarea cu precizie a rezultatelor. Iar obiectivele de bază constau în formarea competențelor studenților în procesul de alcătuire și gestionare a unei baze de date a consumatorilor, în elaborarea direcțiilor de dezvoltare a vânzărilor online, în analiza eficientă a campaniei de publicitate directă.

Utilizarea indicațiilor metodice în procesul didactic, permite însușirea și procesarea mai eficientă a materialului teoretic, dar și promovarea lucrului în echipă, indiferent de numărul studenților în grupă.

De asemenea, studentului i se oferă posibilitatea să se autoverifice, să-și consolideze cunoștințele prin găsirea răspunsurilor la întrebările de control și să-și dezvolte gândirea analitică, polemizând asupra studiilor de caz.

Indicațiile metodice corespund conținutului curriculum-ului la disciplina *Marketing direct*. Ele constau din 10 teme cu un număr suficient de teste-grilă. Iar fiecare întrebare conține patru variante de răspuns, dintre care doar una poate fi validată (corectă).

BIBLIOGRAFIE

1. Brown S. *Ce este metoda brainstorming. Exemple și sfaturi pentru un brainstorming reușit*. [online] [accesat la 27.10.2023]. Disponibil: <https://www.bestjobs.eu/casual/2022/12/08/ce-este-metoda-brainstorming-exemple-si-sfaturi-pentru-un-brainstorming-reusit/>.
2. Cîrstoiu Cristian. *Curs practic de marketing direct*. București: Sc Audiosfera SRL, 2012. [online] [accesat la 27.10.2023]. Disponibil: https://mihaelastroe.ro/wp-content/uploads/2017/06/Manual_Marketing_Direct.pdf
3. Free Ebook. *How to Create Effective Inbound Marketing Campaigns*. [online] [accesat 15 septembrie 2023]. Disponibil: <https://blog.hubspot.com/marketing/b2b-marketing>.
4. Grigoraș Maria. *Tehnici promoționale – șase mii de ani de existență*. Chișinău: UPS „Ion Creangă”, 2021. - 291 p. ISBN 978-9975-46-503-8.
5. Hatch Denny. *2239 de secrete testate pentru un marketing direct de succes*. București: Brandbuilders, 2007. - 496 p. ISBN – 978-973-1740-05-8.
6. Hirschmann Wolf F. *Marketing direct. Secretele corespondenței și comunicării de succes*. București: All Educational, 2012. - 127 p. ISBN 978-973-684-755-4.
7. <https://www.scrigroup.com/management/marketing/MARKETING-DIRECT93966.php>.
8. Ignatiev Iana. *Comerț online*. Suport de curs. 2019. - 81 p. [online] [accesat 15 septembrie 2023]. Disponibil: <https://cmveabratuseni.md/wp-content/uploads/2021/04/suport-de-curs-comer%C8%9B-on-line.pdf>.
9. Lead Rebel. *Direct Mailing B2B Use Cases: Generating More Leads with Direct Mailing*. [online] [accesat la 27.10.2023]. Disponibil: <https://blog.leadrebel.io/direct-mailing-b2b-use-cases/>.
10. *Lege nr.284 din 22-07-2004 privind comerțul electronic*. În: Monitorul Oficial nr.138-146 din 13-08-2004. [online] [accesat 15 septembrie 2023]. Disponibil: https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=107529&lang=ro.
11. *Lege nr.105 din 13-03-2003 privind protecția consumatorului*. În: Monitorul Oficial nr. 126-131 din 27-06-2003. [online] [accesat 15 septembrie 2023]. Disponibil: https://www.legis.md/cautare/getResults?lang=ro&doc_id=110237.
12. Le Men Yvon, Bruzeau Marc. *Marketing direct*. Curs practic. București: Teora, 2000. - 191 p. ISBN 973-601-861-X.
13. Roșca Cristina. „Nu fi capră la volan!” *Cum apar femeile și ce vând ele pe panourile publicitare și afișele din Moldova*. [online] [accesat 15 septembrie 2023]. Disponibil: <https://suntparinte.md/nu-fi-capra-la-volan-cum-apar-femeile-si-ce-vand-ele-pe-panourile-publicitare-si-afisele-din-moldova/>
14. Stone Bob, Jacobs Ron. *Metode de succes în marketingul direct*. Chișinău: Arc, 2004. - 646 p. ISBN 9975613195.