خصائص ومميزات
تقنية البريد الموجه
فهرس الموضيع

- فوائد البريد الموجه
- أهم عناصر المشروع الناجح
- سعر القطعة مقابل القيمة
- مدى قوة البيانات المستخدمة
- أهم عوامل تحقيق مبيعات أعلى
- المصادر والمراجع

نزرع البذور اليوم، لتنمو أشجار الغد
أهداف زيروكس الرئيسية

✓ توفير احتياجات العمالاء

✓ خدمة المجتمع عن طريق توفير ما يلي:

✓ تشكيل لجنة للمطبعين السعوديين
✓ تلبية احتياجات العمالاء للحد من اللجوء إلى مصادر أخرى خارج المملكة
✓ مساعدة العمالاء في تسهيل تعاملهم مع عملاءهم
✓ تطوير منهج الطباعة الرقمية
✓ والهدف الأهم هو تنمية المواهب السعودية
من هم العملاء وما هي احتياجاتهم؟

التسويق/المبيعات
- البروشورات
- الكتالوجات
- البريد الموجه
- الأغلفة
- قوائم الأسعار
- مكونات الويب

العمليات
- مكونات المنتج
- الوسائل الخاصة
- الفواتير/كشوف الحسابات

الموارد البشرية
- المناهج/وسائل التدريب
- نماذج التوظيف
- الكتب
- طباعة القوانين وأنظمة الشركات

النشر
- طباعة الكميات القليلة
- طباعة بلا نهاية
- المقررات الدراسية
- الكتب الملونة
الطباعة عند الحاجة
BY 2009: 12%
زيادة سنوية في قيمة الطباعة البيع المتجزئ عند الطلب

الوقت
BY 2010: 33%
من أعمال الطباعة إنتاجها في أقل من 24 ساعة

الكمية
TODAY: 78%
من أعمال الطباعة هي أقل من 5,000 نسخة

الصفحات الملونة
By 2009: 27%
نمو في حجم الإنتاج الرقمي الملون

المحتوى المتغير
By 2007: 30%
من الوظائف الرقمية الملونة ستكون تشخيصية

Source: InfoTrends / CAPV
Source: Frank Romano, RIT
Source: Strategies for Management Commercial Print 2010
Source: InfoTrends/CAPV
Source: INTERQUEST
الرسالة الغير موجهة

عندما يستلم كل فرد الرسالة ذاتها، إلا أن قسم البريد هو المكان الوحيد الذي قد يظهر فيه الاسم.
التقسيم إلى مجموعات

يحدث التقسيم عندما يستلم كل فرد من أفراد المجموعة رسالة مخصصة له.
التشخيص

عندما يستلم كل فرد رسالة تحتوي على البيانات الخاصة به.
بحيث تحمل الرسالة جميع البيانات الخاصة بالعميل بما في ذلك معلوماته الشخصية واهتماماته التي قد تختلف من عميل آخر.
الخصوصية

استخدام كل ما تعرفه عن العميل لتوصيل الرسالة المناسبة التي تساعده على اتخاذ القرار.
أي من وسائل الإعلام التالية لها القدرة على إيصال المعلومات أسرع؟

- مجالس المناقشة
- التلفاز
- اللقاءات
- المذياع
- لوحة الإعلانات
- الويب
- رسالة نصية من الهاتف الخلوي
- البريد الموجه
- الإعلان
- الهاتف
- الإعلانات على وسائل التواصل
- البريد الإلكتروني
The Future of Direct Mail, 2004

• في كل عام يتم إنفاق مبلغ 500 مليون دولار في الولايات المتحدة وذلك نتيجة استجابة العملاء للبريد الموجه لهم والذي يحمل الكثير من الإعلانات التي تهمهم والتي تساعد على سرعة اتخاذ القرار بالشراء مما يعود بالربح على الشركات نتيجة توفر المعلومات الكافية عن عملائها واستخدام البريد الموجه.

والتي من أهم فوائده:

1- إمكانية وصول البريد لأكبر عدد ممكن من العملاء

2- يرفع من قيمة الاهتمام بالمنتج والرغبة بالشراء.

3- إمكانية الاستفادة منه من خلال تسويق منتجات أخرى.

4- تحقيق فائدة ربح أعلى من خلال تسويق هذه المنتجات.

ما حقيقة ما يريد المتلقوان؟

*مستقبل البريد المباشر

استنادًا إلى تقييم العملاء الحاليين، يؤكد أن البريد المباشر هو المفضل بين معظم المستهلكين للاستلام وتقييم المعلومات حول المنتجات:

- البريد الموجه: 69%
- البريد الإلكتروني: 28%
- الهاتف: 3%

* 66% يريدون العروض الشخصية جداً، بدلاً من تلك التي ليست شخصية على الإطلاق.

Source: CAPV
ماهي أهداف البريد الموجه؟

• يزيد من قوة وعمق علاقتك بعملائك
• يحدد احتياجات كل شخص على حدى
• يكون مجرى عائدات جديد
• يقوم بتسليم المحتوى لكل معني به
• يزيد من ردة الفعل بنسبة تتراوح بين 200% - 600%
• يخفض من نفقات التسويق وOPS

لا تقل: "اتمنى لو أنه باستطاعتي فعل ذلك"
Xerox “Gulf Print Event” Campaign

1. Gulf Print Event
2. Online
3. Tا‌كيد التسجيل و اختيار الجائزة عن طريق (صفحة الويب والبريد الإلكتروني)
4. المليّق الشخصي / إرسال الدعوة
5. موقع شخصي على الإنترنت و بريد إلكتروني لتسجيل الحدث و اختيار الجائزة
6. قدم جدول أعمال شخصي لكل حاضر في الحدث (عرض صورة للجائزة)
مناقشة حول قوة
1:1 في البريد الموجه
1:1 الحلول
قوة اضفاء الطابع الشخصي

1. زيادة 44%
2. زيادة 45%
3. زيادة 45%
4. زيادة 135%
5. زيادة 500%

Source: Romano & Broudy
Key Message
Direct Mail delivers a much higher ROI than a static project.
Add the cost of being extra, extra, extra careful
عرض مبسط لأرباح ١٠٠٠،٢٠٠ قطعة من الرسائل و الظروف

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>الشخصي</th>
<th>الملون</th>
<th>الأبيض و الاسود</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>aroq/ظروف</td>
<td>١٤.١٢</td>
<td>٢٣.١٢</td>
<td>١٠.٠٤</td>
</tr>
<tr>
<td>رسائل</td>
<td>٥.٠٣</td>
<td>٥.٠٣</td>
<td>٥.٠٠</td>
</tr>
<tr>
<td>بيانات</td>
<td>١٠.١٦</td>
<td>٢٣.٧٦</td>
<td>٢٣.٧٦</td>
</tr>
<tr>
<td>الطوابع البريدية</td>
<td>٥٠.٨٢</td>
<td>٨٥.٦٥</td>
<td>٤٤.٤٤</td>
</tr>
<tr>
<td>اجمالي تكلفة المجموعة</td>
<td>٥٠٠،٠٠٠</td>
<td>٥٠٠،٠٠٠</td>
<td>٥٠٠،٠٠٠</td>
</tr>
</tbody>
</table>

USD $٤٦،٠٠٠ $٣٨،٠٠٠ $٢٢،٠٠٠

k50

Roger P. Gimbel & Associates
عرض مبسط للأرباح

<table>
<thead>
<tr>
<th>الشخصي</th>
<th>الابيض و الأسود</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>$100</td>
<td>$100</td>
</tr>
<tr>
<td>5%</td>
<td>1.5%</td>
</tr>
<tr>
<td>2500</td>
<td>75.00</td>
</tr>
<tr>
<td>$2500</td>
<td>$75.00</td>
</tr>
<tr>
<td>$4680</td>
<td>$33.00</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>الملون</th>
<th></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>$100</td>
<td>$500</td>
</tr>
<tr>
<td>$75.00</td>
<td>500</td>
</tr>
<tr>
<td>$33.00</td>
<td>22.00</td>
</tr>
<tr>
<td>$4680</td>
<td>$28.00</td>
</tr>
</tbody>
</table>

تكلفة كل مجموعة
تكلفة كل بيعة
نسبة الاستجابة
عدد الطلبات
اجمالي المبيعات
تكلفة التوصيل

اجمالي الربح

 أكبر من مجرد ألوان!

Roger P. Gimbel & Associates
<table>
<thead>
<tr>
<th>Sample Mail Program</th>
<th>Cost Per Mailer</th>
<th>Response Rate</th>
<th>Number of Responses</th>
<th>Cost Per Response</th>
<th>Total Cost</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>2,000,000 Non-Personalized</td>
<td>.25</td>
<td>1%</td>
<td>20,000</td>
<td>25.00</td>
<td>$500,000</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Source: CAPV

- 34% ردة فعل اسرع
- 48% طلبات مكررة
- 32% زيادة في الدخل
<table>
<thead>
<tr>
<th>Name</th>
<th>Contact Info</th>
<th>Notes</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Carol</td>
<td>Phone: 123-456-7890</td>
<td>Personal referral from Mr. Clark</td>
</tr>
<tr>
<td>Mike</td>
<td>Email: <a href="mailto:mike@example.com">mike@example.com</a></td>
<td>Work contact in the IT department</td>
</tr>
<tr>
<td>Lisa</td>
<td>Mobile: 987-654-3210</td>
<td>Family friend</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Carol, Don’t Miss Another Call

Check out all the great plans LinQuest has for the Clarks!

LinQuest Communications
كن على استعداد تام ل...

- اعداد محادثة ROI
- اعداد محادثة عن البيانات
- احضار العينات الملائمة
- احضار نسخة للعمل الحالي
- اعداد خطة للتطبيق
- تحديد التوقعات الصحيحة
- وضع خطة لقياس النتائج
- الإشارة الى المصادر المستمدة من الزبون
- عرض لبرنامج تجريبي
مخطط انسبيبية عمل مبسطة بالتسلسل الزمني

استراتيجية العمل هنا هي أن تبقي قاعدة البيانات دقيقة وفيدة بالقدر المستطاع.
مصادر زيروكس

المصادر الورقية و الإعلامية

المصادر مالية

موارد التدريب

مصادر المبيعات و التسويق

دعم تنمية التجارة

مصادر الإبداع و التصميم

مصادر تطوير التطبيقات
مصادر تطوير تطبيقات زيروكس

- تصف قضايا استراتيجية ومفاهيم متعلقة بالتقنية وفرص الـ VDP
- يوثق الاستعمال الحالي للتصنيف بينما يحدد أفضل التدريبات والفرص ونماذج العمل المرتبطة.

الضروريات الإعلامية المخصصة:

- رسائل موجه لقسم التسويق توضح كيفية تخصيص اجهزة الاعلام لأقصى حد من التأثير.
- رسائل للطرازين توضح سير إنتاج الإعلان الخاص.
فرصة جديدة تمنحها لكم أدوات الطباعة الرقمية

- تسعة برامج اتصال عبر القنوات تقدمها لكم زيروكس عن طريق هذه الأدوات.
- من "التصنيف المبسط" الى برنامج "cross-media DM" الأكثر استراتجية وتطوير - كل موضح بالصور وعينات الطباعة و...

صمم لمساعدة مزودي خدمات البريد المباشر في توليد منافع الطباعة الرقمية وزيادة ردة الفعل لعملائهم.
وأخيراً.. هدفنا هو مساعدة زبائنا في تنمية اعمالهم...
وتوجيههم لانسجامية سير العمل الصحيحة...
باستخدام التقنية المناسبة!

شكراً لحسن استماعكم...