

Učinkovitost različnih strategij direktnega trženja - primer iBON vs. GVIN.com

Maria Anselmi, direktorica, Bisnode d.o.o.
Maja Golob, direktorica, Spago d.o.o.

27. marketinški fokus, 29. november 2007

Bisnode

- Vodilni ponudnik poslovnih informacij v Sloveniji.
- Je del mednarodne skupine Bisnode AB, največjega evropskega ponudnika poslovnih in bonitetnih informacij v elektronski obliki.
- Skupina združuje 64 podjetij v 19 evropskih državah in zaposluje več kot 2.500 ljudi.
- Blagovne znamke:



Spago

- **Edina** agencija za direktni marketing, nagrajena z **EFFIE**-jem, nagrado za komunikacijsko učinkovitost.
- **Izkušnje & know-how** so jamstvo, da prepoznamo neizkoriščene potenciale ter oblikujemo **stroškovno učinkovite** in **prodajno uspešne** komunikacijske rešitve.
- **Rezultati** so naše glavno vodilo.
- Gradimo **partnerske odnose** z naročniki:



član skupine Sandoz



Zavod za turizem
Ljubljana

Izziv: kako določiti zmagovalno strategijo direktnega trženja

Cilj: pridobitev novih uporabnikov, povečati prodajo na medpodjetniškem trgu

Primer: iBON vs. GVIN.com

Opis produkta: bonitetne in poslovne informacije

2 pristopa:

Direktna
prodaja

•

Ustvarjanje
kontaktov

Primerjava produktov

| OPIS PRODUKTA | iBON® | GVIN.COM |
|--|--|---|
| Bonitetni in finančni podatki podjetij | ✓ | ✓ |
| Gibanje trga in napoved tržnih sprememb | | ✓ |
| Managerji in njihove mreže poslovnih povezav | | ✓ |
| Managerjev osebni rating na e-naslov | | ✓ |
| Prisotnost produkta na trgu | 13 let | 10 let |
| CILJNA SKUPINA | Manjša podjetja, obrtniki, s.p. /direktor, računovodstvo/ | Večje družbe, javna podjetja /vodstvo, marketing & prodaja, finance & računovodstvo/ |
| CENA | 200 EUR / mrežna licenca | 1.700 EUR / uporabnika |

Dejavniki, ki vplivajo na uspešnost akcij direktnega marketinga

- **Adrema:** koga naslavljamo, kaj o njem vemo?
- **Ponudba:** kaj ponujamo, kakšna so pričakovanja?
- **Izbor orodij in medijev:** katera, eden ali več, kombinacija?
- **Kreativa:** kako na najbolj učinkovit način posredovati razloge ZA
- **Časovnica:** zakaj je načrtovanje akcije pomembno
- **Izvedba:** obseg akcije, razpoložljivi resursi, čas

iBON

iBON

- CD-ROM s podatki o bonitetah poslovanja slovenskih podjetij
- Uveljavljena blagovna znamka: na trgu že **13 let**
- Vodilni tržni delež: več kot **25.000 uporabnikov**
- Ključna korist: **zmanjšanje poslovnega tveganja**
- Pozicioniranje: **varnost, zaupanje**
- Ciljna skupina: manjša podjetja, obrtniki (d.o.o., s.p.) - heterogena skupina
- Cena: 200 EUR



Strategija dialoga

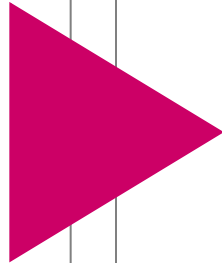
| | Korak 1 | Korak 2 | Korak 3 |
|----------|----------------|----------------|----------------|
| 1 | Direktna pošta | Telemarketing | |
| 2 | Spletna stran | E-pošta | Telemarketing |
| 3 | Telemarketing | E-pošta | Telemarketing |



Repozicioniranje ponudbe

PRODUKT:

iBON CD-ROM s podatki o poslovanju družb in s.p-jev
- spletna storitev ibon.com
- večuporabniška mrežna licenca (1 podjetje, 1 lokacija)



STORITEV z dodano vrednostjo:

Naročnina iBON + BREZPLAČNO
članstvo v klubu RdečiBON:

- dostop do obogatenih vsebin na [www. iBON.com](http://www.iBON.com)
- Osebni svetovalec
- Brezplačen e-bilten
- Prednostna prijava na VIP izobraževanjih

Direktna pošta

- Čas izvajanja: september 07
- Ciljna skupina: manjša podjetja, obrtniki
Adrema: 59 % d.o.o., 37 % s.p. + ostalo
- Kontaktna oseba: direktor podjetja
- Cilj: prodaja

Rezultati

- 3,87 x višja odzivnost direktne pošte v primerjavi s preteklo akcijo
- 2 x višja odzivnost na direktno pošto v primerjavi s povprečjem panoge (vir: DMA)
- Delež v ustvarjenem prihodku:
 - Direktna pošta: 5 %
 - Direktna pošta + telemarketing: 95 %
- iBON ohranja pozitiven trend prodaje kljub vstopu in močni kampanji neposrednega konkurenta (bizi.si)

Spletna stran

iBON® Pravočasno preverite boniteto poslovanja vaših poslovnih partnerjev

Telefon: +386 (01) 62 02 800
E-naslov: info@bon.com

[Domov](#) | [Podjetje](#) | [Produkt](#) | [Naroči se](#) | [Članstvo](#) | [Pogosta vprašanja](#) | [Kontakt](#)

Preizkusite iBON!

[Oglejte si demo](#)

Seminar za člane kluba iBON: RAST KOT VIZIJA POSLOVANJA

Vabimo vas na ekskluzivni seminar za člane kluba iBON, ki bo **18. 10. 2007** ob 14:00 v kongresni dvorani **Mercurius, BTC City Ljubljana**. Priznani strokovnjaki: Marko Hočevnar, Aleš Lisac, Mitja Černe in Jure Verhovnik vam bodo svetovali kako se soočiti z izzivi pri rasti podjetja. Oglejte si podrobnejši program.

[Več](#)

Kaj je iBON

iBON je najbolj razširjeno orodje na CD-ju v Sloveniji za iskanje podatkov o poslovanju slovenskih družb in s.p.-jev ter za vpogled v finančno poslovanje le teh. iBON je prisoten že več kot 10 let, njegova uspešnost pa dokazuje, da je zares nepogrešljivo orodje za utemeljene poslovne rešitve.

[Več](#)

Prednosti iBON

Članske ugodnosti

RDEČIBON
Postanite član elitnega kluba RDEČIBON.

[Več](#)

[Poglejte si letak](#)
[Demo-Video iBON](#)

Nova bonitetna ocena

V razvoju iBON-a smo v letošnjem letu razvili nov bonitetni model.

[Več](#)

Uporabniki o nas

iBON-u zaupa že več kot 25.000 uporabnikov: od malih samostojnih podjetnikov in obrtnikov pa do uglednih slovenskih podjetij, bank, zavarovalnic ter državne uprave!

[Več](#)

Članki

[Slovenskih podjetij politična kriza v 8...](#)
Vir: DNEVNIK SL: 267 Datum: 20.11.2007

Ocenite svojo intuicijo:
koga bi izbrali za poslovnega partnerja?
(Izberi sliko)

Program zvestobe

- Klub RdečiBON, ZlatiBON
- 90 % strank obnovi naročnino
- Izobraževanja, delavnice, seminarji



[GVIN.com](https://gvin.com)

GVIN.com

- **Najpopolnejši** poslovni vir na slovenskem trgu:
 - podatki o podjetjih, trgu, managerjih in njihovih povezavah v gospodarstvu
 - dnevno ažurirani podatki
 - bogat arhiv člankov iz poslovnega in dnevnega tiska
- Na trgu že **10 let**
- Ključna korist: **kvalitetna podpora poslovnim odločitvam**
- Pozicioniranje: **USPEH**
- Ciljna skupina: večja podjetja in družbe, javna uprava
3 segmenti znotraj podjetij:
 - ⇒ Direktorji oz. vodstvo podjetja
 - ⇒ Marketing & prodaja
 - ⇒ Finance
- Cena: 1.700 EUR / uporabnika

Kreativni koncept

- Fokus: **PERFECT SWING** ali **IDEALEN UDAREC** (udarec = poteza)
= GVIN.com omogoča boljše poslovne poteze
- Pozicijski slogan: Zmagovite poslovne odločitve
- Vizual:



Strategija dialoga

| | Korak 1 | Korak 2 | Korak 3 | Korak 4 |
|----------|-------------------------|--|----------------|--------------------------------|
| 1 | Sponsorstvo - Gazele | Kontakt + brošura | Telemarketing | Osebni obisk + predstavitev |
| 2 | Oglaševanje (print) | Kontakt + brošura ALI osebni obisk | Telemarketing | Osebni obisk + predstavitev |



Gazele

- Gazele: izbor najboljšega hitro rastočega slovenskega podjetja.
- 7 dogodkov: 6 regionalnih izborov in finalni izbor
- GVIN.com že 2. leto kot vsebinski sponzor

CILJ:

- izboljšati prepoznavnost blagovne znamke GVIN.com
- vzpostavitev kontaktov



Gazele

Digitalni golf turnir

- 1) ciljanje - sponzorstvo Gazele
- 2) identifikacija potencialnih strank

✧ digitalni golf turnir
(v sodelovanju z
PGA Slovenije)



- 3) telemarketing
 - ✧ dogovor za predstavitev
- 4) osebna predstavitev v podjetju
 - ✧ follow up, informacije po meri
 - ✧ prodaja

Brošura

- Koristi za posamezne ciljne skupine
- Koristi po vsebinskih sklopih
- Poziv k akciji



Tiskani oglasi

Vrhunske poteze se od dobrih ločijo v malenkostih.



GVIN.COM Zmagovite poslovne odločitve

Vrhunske poteze se od dobrih ločijo v malenkostih.



GVIN.com - vaš partner za zmagovite poslovne poteze

GVIN.com je popolna informacijska podpora vsem vašim odločitvam. Z enim samim orodjem imate celovit pregled nad dogajanjem v poslovnem svetu:

- gibanje trga in napoved tržnih sprememb
- pozicioniranje panoge in konkurence
- stabilnost in potencial poslovnih partnerjev
- vodilne sposobnosti managerjev in njihove poslovne mreže povezav

Za brezplačno osebno predstavitev pokličite 01 620 2700 ali pišite na info@gvin.com.

GVIN.COM
Zmagovite poslovne odločitve

Vrhunske poteze se od dobrih ločijo v malenkostih.



GVIN.com - vaš partner za zmagovite poslovne poteze

Na uspešnost vaših poslovnih potez vplivajo številni dejavniki na trgu. Le če jih dobro poznate, se lahko nanje ustrezno pripravite: določite prave cilje, izberete prave soigralce in uskladite pričakovanja z dejanskimi možnostmi.

GVIN.com je popolna informacijska podpora vsem vašim odločitvam. Z enim samim orodjem imate celovit pregled nad dogajanjem v poslovnem svetu:

- gibanje trga in napoved tržnih sprememb
- pozicioniranje panoge in konkurence
- stabilnost in potencial poslovnih partnerjev
- vodilne sposobnosti managerjev in njihove poslovne mreže povezav

S celovitimi in preverjenimi informacijami na GVIN.com je odločanje enostavno, hitro in zanesljivo!

Za brezplačno osebno predstavitev pokličite 01 620 2700 ali pišite na info@gvin.com.

GVIN.COM
Zmagovite poslovne odločitve

Bisnode d.o.o., Likozarjeva ulica 3, 1000 Ljubljana

Mediji: Dnevnik, Finance, Kapital

Rezultati

- Fokus aktivnosti: september - oktober 2007
- Gazele - pridobljeni kontakti:
12 % udeležencev (2006: 0,5 %)
 - ustvarili smo pot za navezovanje stikov s ciljno skupino direktorjev, do katere je drugače težko priti
- Gazele - brezplačne objave v medijih:
 - 7 strokovnih člankov v Dnevniku, fotografije golf turnirja v drugih medijih
- Povečanje prodaje (06/07): 23 %
- Prodajni proces še ni zaključen (2 meseca)

Zaključek

Zakaj 2 različna pristopa?

| | iBON® | GVIN.COM |
|---------------------------------------|--|--|
| STRATEGIJA | Direktna prodaja | Ustvarjanje kontaktov |
| CILJNA SKUPINA | Manjša podjetja, obrtniki, s.p. /direktor, računovodstvo/ | Večje družbe, javna podjetja /vodstvo, marketing & prodaja, finance & računovodstvo/ |
| DOSTOPNOST OSEB, KI ODLOČAJO O NAKUPU | Enostavno. | Težje: hierarhija, organizacijska struktura. Identifikacija ključna. |
| PRODUKT | Enostaven. | Kompleksen. |
| PRODAJNI POSTOPEK | Enostaven, en korak. Predstavitev koristi. | Kompleksen, več korakov. Zahteva obilico informacij ali dodatnih pojasnil po meri stranke. |
| PONUDBA | Fiksna. | Prilagoditev potrebam vsake stranke. |
| CENA | Nizka | Visoka |
| PRODAJNI PROCES | Kratek. Hitra odločitev. | 2 meseca (v povprečju) |

Izzivi za prihodnost

1. Segmentacija strank in komunikacije.
2. Nadgradnja strategije dialoga na podlagi ugotovitev analize.
3. Integracija obstoječih aktivnosti z novimi interaktivnimi orodji DM.
4. Testiranje novosti in spremljanje rezultatov.
5. Kloniranje zmagovalnih pristopov.
6. Pozorno spremljanje trga in konkurence.

Hvala za pozornost!

Dodatne informacije:

Maria Anselmi, maria.anselmi@bisnode.si

Maja Golob, maja.golob@spago.si