

АЛЕКСЕЙ НОМЕЙН

8 способов сбора контактных данных ваших будущих клиентов



Алексей Номейн

**8 способов сбора контактных
данных ваших будущих клиентов**

«Издательские решения»

Номейн А.

8 способов сбора контактных данных ваших будущих клиентов /
А. Номейн — «Издательские решения»,

ISBN 978-5-44-905236-0

Многие стараются насобирать для себя как можно больше подписчиков для рассылок, совершенно не заботясь о том, какими будут эти люди и нужно ли им это вообще. Ведь не зря говорят, что главное — качество, а не количество. Но некоторых не переубедить. Если вы из этой категории, вам будет полезно данное издание, ведь именно отсюда вы узнаете запрещенные методы сбора контактной информации.

ISBN 978-5-44-905236-0

© Номейн А.

© Издательские решения

Содержание

Введение	6
1. Покупка электронной базы	7
2. Поиск контактов для базы в СМИ	8
Конец ознакомительного фрагмента.	9

8 способов сбора контактных данных ваших будущих клиентов

Алексей Номейн

© Алексей Номейн, 2019

ISBN 978-5-4490-5236-0

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Введение

Многие стараются насобирать для себя как можно больше подписчиков для рассылок, совершенно не заботясь о том, какими будут эти люди и нужно ли им это вообще. Ведь не зря говорят, что главное качество, а не количество. Но некоторых не переубедить. Если вы из этой категории, вам будет полезна данное издание, ведь именно отсюда вы узнаете запрещенные методы сбора контактной информации.

8 не совсем законных способов сбора контактных данных, изложенных по ревалентности, где рассмотрены проблемы, связанные с каждым способом, и методы их решения. Стоит обратить внимание, что эти методы предоставлены для ознакомления, а не использования на реальной практике.

Да, кстати! Обязательно присоединяйтесь в мою авторскую группу Вконтакте **vk.com/alekseynomain**. От меня подарок: любое издание на выбор за подписку!

1. Покупка электронной базы

Существенным минусом можно назвать незнание о состоянии базы, ведь в ней вполне могут храниться адреса из чёрного списка, что, вместо желаемого результата, лишь принесёт вред репутации. Если же с предоставленной базой всё в порядке, никто не застрахован от такой неприятной вещи, как «спам», ведь зачем людям получать ненужные email-рассылки, когда можно легко и просто избавить себя от этого. Подобные инциденты негативно влияют на настоящий и будущий процент доставки ваших писем.

Задавайте клиентам вопросы об их контактах, когда идёт оформление каких-либо покупок или дисконтных карт. Создавайте формы подписки на своих сайтах и проводите акции. Это поможет избежать вышеупомянутых ситуаций. Не стоит забывать, что email и смс-рассылки используются не для захвата внимания клиентов любыми средствами, они относятся к «разрешённому» маркетингу.

2. Поиск контактов для базы в СМИ

Выставленные в газетах или интернете контактные данные человека, принадлежащие секретарю или администратору, не предусматривают получение рассылок. Люди и просматривать-то, скорее всего, ваши письма не станут, а уж отдавать начальству и подавно. Если рассылка всё-таки дойдёт до адресата, вряд ли он обрадуется информации, что он, оказывается, подписан на что-то, чего раньше даже не видел вовсе.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.