

## Trend del settore marketing diretto

Vi presentiamo una relazione riguardante la situazione del direct marketing in Europa. Di seguito vengono descritti le tendenze, le potenzialità e le caratteristiche dei mercati.

### **Studio europeo sui mercati delle liste d'indirizzi utilizzabili per attività di marketing diretto.**

#### **Francia:**

Trend del mercato: mercato maturo e crescita moderata delle attività di direct marketing.

Disponibilità: oltre 1500 liste d'indirizzi postali e oltre 250 liste d'indirizzi e-mail.

Commento : le liste d'indirizzi sono al centro delle strategie di tutte le attività di direct marketing anche delle aziende che vogliono mirare e dar efficacia alle comunicazioni pubblicitarie. Le aziende che si affacciano sul mercato per la prima volta adottano tecniche di direct marketing come pilastro del budget destinato alla pubblicità.

Un pubblico e ufficiale registro censisce tutte le liste disponibili sul mercato e ciò rende più trasparente l'incontro tra domanda e offerta.

#### **Spagna:**

Trend del mercato: mercato maturo e forte crescita delle attività di direct marketing.

Disponibilità: oltre 50 liste d'indirizzi postali e oltre 10 liste d'indirizzi e-mail.

Commento : il mercato è in forte crescita , ma si lamenta la mancanza di una variegata offerta di liste d'indirizzi soprattutto mirate e segmentabili per realizzare azioni di direct marketing di successo.

Gli operatori del mercato non sono a volte preparati nel pianificare azioni di marketing diretto e ciò rende ardua l'attività di list-broking.

Si tende ad utilizzare liste compilate ( elenchi, albi) anche in situazioni in cui sarebbe opportuno utilizzare liste più reattive e targetizzate . Da poco si stanno diffondendo l'uso di tecniche statistiche per analizzare i test e sistemi di controllo economico delle operazioni. In genere il broker oltre a fornire la "lista d'indirizzi" offre anche una serie di servizi accessori, una consulenza operativa e propone tecniche di ottimizzazione delle strategie di fidelizzazione.

#### **Belgio:**

Trend del mercato: Ogni azione di marketing deve prendere atto del differente comportamento della parte "olandese" della popolazione rispetto alla parte francofona .

Disponibilità: oltre 325 liste d'indirizzi postali e oltre 10 liste d'indirizzi e-mail.

Commento: Le liste d'indirizzi sono al centro delle strategie di tutte le attività di direct marketing . Le aziende che si affacciano sul mercato per la prima volta adottano tecniche di direct marketing come pilastro del budget destinato alla pubblicità.

Un pubblico e ufficiale registro censisce le liste disponibili di cui circa 40 solo per l'area b2b. Alcune liste sono gestite da stampatori.

#### **Olanda:**

Trend del mercato: Si tratta del mercato più ricco e effervescente per le aziende che attuano azioni di direct marketing. È spesso citato come mercato ideale a cui fare riferimento in termini di successo delle iniziative.

Disponibilità: oltre 800 liste d'indirizzi postali e oltre 30 liste d'indirizzi e-mail.

Commento: Le liste d'indirizzi sono al centro delle strategie di tutte le attività di direct marketing . Le aziende che si affacciano sul mercato per la prima volta adottano tecniche di direct marketing come pilastro del budget destinato alla pubblicità.

Nonostante ci sia una legge sulla privacy restrittiva , il consumatore olandese è quello in Europa che riceve più mailing (oltre 100 all'anno).

Il mercato olandese è spesso usato come laboratorio dalle multinazionali per il lancio di campagne di direct marketing, offerte e nuovi prodotti.

In genere le liste disponibili permettono accurate selezioni e l'individuazione delle cosiddette nicchie.

**Germania:**

Trend del mercato: E' quello che spende più di tutti in attività di direct marketing e che presenta le crescite più considerevoli.

Disponibilità: oltre 1500 liste d'indirizzi postali e oltre 20 liste d'indirizzi e-mail.

Commento: Le liste d'indirizzi sono al centro delle strategie di tutte le attività di direct marketing . Le aziende che si affacciano sul mercato per la prima volta adottano tecniche di direct marketing come pilastro del budget destinato alla pubblicità. Con circa 82 milioni di cittadini il mercato tedesco è quello più importante per il direct marketing. Le tecniche e le specializzazioni sono di livello elevato ed esistono ben oltre 30 list-broker specializzati in specifici settori. La legge tedesca sull'uso dei dati è severa al punto che non è ammesso spedire fax pubblicitari, oppure utilizzare numeri di telefono e indirizzi di caselle elettroniche senza il preventivo consenso ( opt-in). Tuttavia il trend del mercato tedesco è quello più in crescita rispetto al resto dei paesi citati.

**Inghilterra:**

Trend del mercato: A seguito di un buon 2003, il 2004 parte con una contrazione dei budget pubblicitari. In questo quadro le attività di direct mail risultano le meno contratte , tuttavia tutti gli operatori sono in attesa di un miglioramento generale delle condizioni del mercato.

Disponibilità: oltre 4500 liste d'indirizzi postali e oltre 250 liste d'indirizzi e-mail.

Commento: Le liste d'indirizzi sono al centro delle strategie di tutte le attività di direct marketing . Le aziende che si affacciano sul mercato per la prima volta adottano tecniche di direct marketing come pilastro del budget destinato alla pubblicità. Si tratta di un mercato molto sviluppato e consolidato. Vi è una grande abbondanza di liste d'indirizzi e c'è l'imbarazzo della scelta nel dover decidere e pianificare un'azione. In particolare sono molto importanti le liste sugli stili di vita ( lifestyle) che permettono un elevato livello di profilazione e un arricchimento informativo dei database di marketing già esistenti . Si segnala un certo fervore per la ricerca di nuovi media in grado di stimolare le risposte.