



1. Dönem Faaliyet Raporu

21 Ekim 2005 - 3 Ekim 2007

“Doğrudan Pazarlama İletişimcileri Derneği”

www.dpid.org.tr

Yönetim Kurulu

20 Ekim 2005 tarihinde yapılan genel kurulda seçilen Yönetim kurulunun görev dağılımı

- Ayşe Eyüboğlu (Trio) Başkan
- Sinan Günal (PH) Başkan Yardımcısı
- Tanju Kaynarsoy (Majör) Sayman
- Sanem Oktar (Tribal) Üye
- Ahmet Pura (Direct Com) Üye
- Süleyman Satal (İvme) Üye
- Pınar Özdemir (Tequila) Üye (20 Ocak 2007'de istifa etti)
- Murat Karamanoğlu (Mapp) Üye (Yedek listeden YK'ya katıldı)

Yönetim Kurulu toplam 37 kez toplandı.

Profesyonel Yöneticiler

10 Kasım 2005'te Ebru Yacan dernek sekreteri olarak işe alındı.

12 Mart 2007'de Ayça Aytaç dernek genel sekreteri olarak göreve başladı.

Komiteler

İlk aylarda YK üyeleri komite başkanlıklarını yürütmüş, daha sonra komite içindeki aktif üyelerimiz komite başkanlıklarını devralmıştır.

- Eğitim ve Araştırma Komitesi – Emine Pura (Tribal)
- İletişim Komitesi – Mehmet Alişan (İvme)
- Üye İlişkileri Komitesi – Murat Dumanlı (Mr. Smoky)
- Tedarikçi İlişkileri Komitesi – Mesut Özalp (Ekom)

Etik komite tarafından hazırlanan ve YK tarafından son şekli verilen Meslek Ahlak İlkelerimiz, web sitesinde yayınlanmıştır.

Üyeler

İlk genel kurulumuz kurucu 12 şirketin katılımı ile yapılmıştır.

Kurucu Üyeler

- 4P
- Direct Com
- DMC (DM Partner olarak isim değiştirdi)
- Ekom
- İvme
- Majör
- Mapp
- Project House
- SPS (Temmuz 2007'de faaliyetine son verdi)
- Tequila
- Tribal
- Trio



Üyeler

İki yıllık faaliyet döneminde toplam 36 şirket ziyaret edilmiş, 17 yeni üye kazanılmıştır.

Kuruluş sonrasında katılan üyeler

Kasım 2005

- Spar Turkey
- Mr. Smoky
- Ogilvy One

Mart 2006

- Arta

Eylül 2006

- Medusa + (Mayıs 2007'de istifa etti)

Üyeler

Ocak 2007

- Dimar

Mart 2007

- PM Promosyon

Mayıs 2007

- Credo Danışmanlık
- Response Direct (Gözlemci Üye)
- Interdirect

Haziran 2007

- Plus Event
- Uniclub
- DSM
- Dataprofil (Gözlemci Üye)

Temmuz 2007

- ADD
- Proximity

Ağustos 2007

- Lucky Eye

Toplam üye : 27

Asil : 25

Gözlemci : 2

Eğitim Faaliyetleri

2006 – 2007 döneminde dernek merkezinde üç dönem temel eğitim programı verilmiştir.

Hedefimiz

- Doğrudan pazarlama ajanslarında çalışanlar
- Reklamveren şirketlerde pazarlama bölümü çalışanları

Amacımız

- Bilgi seviyesini artırarak hizmet kalitesinin yükselmesine katkıda bulunmak
- Reklamvereni eğiterek talep etmesi gereken hizmet konusunda bilincini yükseltmek

Eğitim Faaliyetleri

29 Nisan – 3 Haziran 2006 Bahar Eğitim Programı (11 Eğitim)

Katılım : 64 kişi

Program

- Pazarlamanın Atar Damarı : Doğrudan Pazarlama
- Satış Noktasında Pazarlama
- Sahada Pazarlama ve Etkinlik Pazarlaması
- Veri Tabanı Oluşturma ve Yönetimi
- Müşteri İlişkileri Yönetimi
- İnteraktif Pazarlama
- Promosyonel Pazarlama
- Doğrudan Postalama ile Satışı Artıracak 10 Teklif
- Çağrı Merkezi Hizmetleri
- Doğrudan Pazarlamada Farklılık Yaratmada Yaratıcılık
- Küçük Bütçelerle Sihirli Sonuçlar : Atölye Çalışması

Eğitim Faaliyetleri

07 Kasım - 16 Aralık 2006 Güz Eğitim Programı (12 Eğitim)

Katılım : 67 kişi

Program

- Pazarlamanın Atar Damarı : Doğrudan Pazarlama
- Pazarlama Stratejisi İçinde Doğrudan Pazarlamanın Yeri
- Satış Noktasında Pazarlama
- Sahada Pazarlama
- Veri Tabanı Oluşturma ve Yönetimi
- Müşteri İlişkileri Yönetimi
- İnteraktif Pazarlama
- Promosyonel Pazarlama
- Doğrudan Postalama ile Satışı Artıracak 10 Teklif
- Çağrı Merkezi Hizmetleri
- Doğrudan Pazarlamada Farklılık Yaratmada Yaratıcılık
- Küçük Bütçelerle Sihirli Sonuçlar : Atölye Çalışması

Eğitim Faaliyetleri

25 Nisan – 30 Mayıs 2007 Bahar Eğitim Programı (10 Eğitim)

Katılım : 56 kişi

Program

- Pazarlamanın Atar Damarı : Doğrudan Pazarlama
- Promosyonel Pazarlama
- Etkin Çağrı Merkezi Yönetimi
- E-posta Yoluyla Pazarlama
- Market Aktiviteleri Yönetimi
- Etkin Proje Yönetimi
- Doğrudan Pazarlamada Yaratıcılık
- Mobil Pazarlama
- MPİ İzinli Kampanyalardan Çekinmeyin
- Arama Motoru Pazarlaması

Eğitim Faaliyetleri

2007 yılında Hilton Otel’de iki büyük toplantı düzenlendi.

MPİ Çekiliş Yönetmeliğinde Yenilikler

24 Ocak 2007

MMI ve Marketing Türkiye işbirliği ile

MPİ Genel Müdürü İhya Balak ve bölüm yöneticileri konuşmacı olarak katıldı.

Katılım : 132 kişi



Eğitim Faaliyetleri

Andy Owen ile Doğrudan Pazarlamada Yaratıcılık

16 Mayıs 2007

Bilet satışı Biletix ile

Yurtiçi Kargo ana sponsor

Katılım : 92 kişi



Eğitim Faaliyetleri

FEDMA, Brüksel, 30 Ağustos 2007

Türkiye'de Doğrudan Pazarlama Sektörü



Marketingist Fuar ve Konferansı

Amaçlarımız

- DPİD'in bilinirliğini artırmak
- Doğrudan pazarlamanın kitlesel mecralara göre üstünlüklerini vurgulamak
- Doğrudan pazarlama kanallarının doğru ve etkili kullanımını anlatmak
- Müşterileri DPİD üyeleri ile çalışmaya teşvik etmek
- DPİD üyelerinin birlikteliklerini artırmak

Marketingist Fuar ve Konferansı

TİFAŞ 2005, 2006 ve 2007 yıllarında DPİD'e bedelsiz stand alanı tahsis etti. 2007 ve 2007 yıllarında yine bedelsiz Forum Alanı verildi.

DPİD üyelerine indirim sağlandı, DPİD'e katkı payı ödendi.

DPİD YK Başkanı Danışma Kurulu'nda

Marketingist Fuar ve Konferansı

27-30 Ekim 2005

DPİD Tarafından Düzenlenen Konferanslar

- Promosyonel Pazarlamada Başarının Anahtarları
- Doğru Raf Yönetimi İçin Teknikler
- Her Yönüyle Tanzim Teşhir (Panel)
- Tüketicilerle Yüzyüze İletişimde Etkili Yöntemler
- Etkili B2B Uygulamalar
- Sanal Ama Gerçek, Rekabette İnteraktif Pazarlamanın Yeri (Panel)
- Küçük Bütçelerle Sihirli Sonuçlar (Atölye)

Marketingist Fuar ve Konferansı

28 Eylül - 01 Ekim 2006

DPİD Tarafından Düzenlenen Konferanslar

- Pazarlama İletişiminde Geçmişi Bilmek, Geleceği Görmek
- Doğrudan Pazarlamada Ölçümleme Yöntemleri
- Sadakat Programları ve Ölçümleme
- Etkileşimli Pazarlamada Ölçümleme (Panel)
- Doğrudan Pazarlama Sektöründe Ajans Müşteri İlişkisi (Panel)
- Küçük Bütçelerle Sihirli Sonuçlar (Atölye)

Forum Alanı

Fuarda standı olan şirketler ilginç vaka analizleri sundu, ayrıca üç kere DPİD sunumu yapıldı.

3-102





Marketingist Fuar ve Konferansı

20-23 Eylül 2007

DPİD Tarafından Düzenlenen Konferanslar

- Satış Noktalarında Tüketicuyu Yakalamak
- Beş Duyuyu Etkileyen Pazarlama : Etkinlik Pazarlaması
- Blogging Pazarlamanın Neresinde
- Küçük Bütçelerle Sihirli Sonuçlar (Atölye)

Forum Alanı

DPİD üyeleri ortak bir çalışma ile farklı sektörleri ele alarak doğrudan pazarlamanın etkisini anlatan sunumlar yapmışlardır.

- Otomotiv sektörü
- Bankacılık ve sigorta sektörü
- Perakende mağazacılık sektörü
- İnşaat ve Yapı malzemeleri sektörü
- Telekomünikasyon sektörü





FAALİYET ALANLARI

- Etkin Pazarlama
- Doğrudan Pazarlama
- Veritabanı ve Pazarlama
- Promosyon Pazarlama
- Çevre Pazarlama
- Tüketici Pazarlama
- Yeni Pazarlar
- Yeni Pazarlar
- Yeni Pazarlar
- Yeni Pazarlar



2007



Pazarlama Zirvesi

Management Center Türkiye ve Eventus tarafından düzenlenen Lutfi Kırdar'da düzenlenen Pazarlama Zirvesi'nde DPİD'e bedelsiz stand alanı verilmiştir.

DPİD üyelerinde fuar alanına katılımda indirim sağlanmıştır.

- 8-9 Aralık 2005 6. Pazarlama Zirvesi
- 7-8 Aralık 2006 7. Pazarlama Zirvesi
- 6-7 Aralık 2007 8. Pazarlama Zirvesi

2008 yılında düzenlenecek olan 9. Pazarlama Zirvesi'nin fuar bölümü Rumeli Salonu'na taşınarak genişleyecektir. DPİD'den katkı beklenmektedir.



İstanbul Perakendecilik Konferansı

17 Mayıs 2007'de Cevahir Otel'de düzenlenen konferansta DPİD konferans destekçisi olarak yer almış ve stand açmıştır.

Üye Toplantıları

İki yıllık faaliyet döneminde ortak sorunları tartışmak, çözüm üretmek, sektörde uzman kişilerin görüşlerini dinlemek ve üyeler arası kaynaşmayı artırmak amacıyla 10 toplantı düzenlenmiştir.

Yemekli Toplantılar

- 30 Kasım 2006 İÜ Baltalimanı Tesisleri
- 06 Şubat 2006 Mabeyin Restoran – Fatoş Karahasan
- 07 Mart 2006 DPİD Şarap Tadımı – Kayra Şarapları
- 04 Mayıs 2006 SPS – Can Baydarol, Abdurrahman Aruman
- 15 Aralık 2006 Bridge Restoran – Yeni yıl yemeği
- 01 Haziran 2007 Peysage Restoran



Üye Toplantıları

Sektör Sorunlarına Yönelik Toplantılar

Sahada ve satış noktalarında pazarlama faaliyeti yürüten şirketler toplanarak eleman eğitimi, istihdam, taban fiyatlar, teklif verme şekilleri ve bazı kaynakların ortak kullanımı gibi sorunları tartışmışlardır.

- 13 Haziran 2006 Sürmeli Otel
- 28 Mart 2007 Lares Park Otel

Bu toplantıların internet tabanlı pazarlama ve etkinlik pazarlaması gibi diğer uzmanlık dallarında da düzenlenmesi planlanmıştır.

Üye Toplantıları

Yıllık Değerlendirme Toplantısı

- 9 Kasım 2006 Bridge Restoran

Yönetim Kurulu ve komiteler bir yıllık faaliyetleri hakkında sunumlar yapmış, daha sonra canlı müzik eşliğinde eğlenilmiştir.



Üye Toplantıları

Tanışma Toplantısı

- 2 Ağustos 2007 DPİD

Mayıs – Temmuz 2007 döneminde üye olan 9 şirket kendilerini tanıtmış, John Caples International Awards hakkında bilgi verilmiştir.



Araştırmalar

Sektör Büyüklüğü Araştırması

Amaç : Doğrudan pazarlama sektörü büyüklüğü konusunda sağlıklı bir tahmin yapmak

Yöntem : DPİD üyelerine soru formları gönderilmiş, cevaplar anonim olarak değerlendirilmiştir.

Faaliyet alanları, şirket cirosu, bir önceki yıla göre ciro artışı, bir sonraki yıl için büyüme beklentisi ve sektörle ilgili toplam ciro tahmini sorulmuştur.

- 2005 yılı DP sektörü büyüklüğü 300.000.000 \$
- 2006 yılı DP sektörü büyüklüğü 400.000.000 \$

Araştırmalar

Marketingist Değerlendirme Araştırması

Amaç : DPİD'in faaliyetlerini değerlendirmek, standı olan üyelerin fuardan memnuniyetlerini ölçmek ve bir sonraki yıl için öneri geliştirmek

Yöntem : Fuarda standı olan ve olmayan üyelere iki ayrı soru formu uygulanmıştır. Görüşmeler telefonla ya da yüzyüze yapılmıştır.

Zaman : Ekim 2006, Ekim 2007

Sonuçlar Tifaş ve Marketing Türkiye ile paylaşılmaktadır.

Araştırmalar

Fiyat Araştırması

Amaç : Satış noktalarında uygulanan süreli kampanyalarda taban fiyat belirlemek

Yöntem : Hayali bir kampanya briefi hazırlanmış, şirketlerin bu kampanya için müşterilerine verecekleri fiyatı belirlemeleri istenmiştir. Sonuçlar anonim olarak değerlendirilmiştir.

Zaman : Haziran 2006 Sürmeli Otel Sektör Toplantısı

Araştırmalar

Ücret Araştırması

Amaç : DPİD üyesi şirketlerde farklı kademelerde çalışan personele ödenen ücretleri saptamak, üye şirketler arasında dengesizlik olmasını önlemek

Yöntem : Şirket yöneticilerinin doldurdukları formlar anonim olarak değerlendirilmiştir, sonuçlar araştırmaya katılan üyelere dağıtılmıştır.

Zaman : Aralık 2006

Araştırmalar

Eğitim Programı Değerlendirme Araştırması

Amaç : Katılımcıların eğitimlerden memnuniyet derecesini ölçmek.

Yöntem : Her eğitimin sonunda katılımcılar eğitmeni, konunun işlenişini, eğitim mekanını 5 üzerinden puanlamışlardır.

Üç eğitim dönemi için ortalama puanlar :

- Bahar 2006 4.4 Puan
- Güz 2006 4.7 Puan
- Bahar 2007 4.5 Puan

Araştırmalar

Eğitim Programından Beklentiler Araştırması

Amaç : Dernek üyelerinin eğitimlerden beklentilerini ölçmek.
Talepler doğrultusunda eğitim programını yeniden şekillendirmek

Yöntem : Eğitimlere katılan DPİD üyeleri ile anket yapılmıştır.

Zaman : Ocak 2007

İletişim Çalışmaları

Konsept Oluşturma, grafik tasarım, basılı işler

Dernek için oluşturulan iletişim konsepti, fuarlar, eğitim programları ve konferanslar için uyarlanmış, ilanlar, posterler ya da standlar için grafik tasarımlar yapılmış, basılı işler üretilmiştir.



Küçük Bütçelerle Sihirli Sonuçlar Atölye Çalışması



Gerçek bir vaka üzerinde çalışacak olan bu atölye, alternatif mecraların etkili kullanımı konusunda pazarlama yöneticilerine yeni ufuklar açacak.

Kimler katılabilir?

- Pazarlama müdürleri
- Ürün yöneticileri
- Stratejik planlamacılar

**23 Eylül 2007 Pazar
Saat 11:00 - 16:50
Heybeli Salonu**

Moderatör: Haluk Sicimoğlu
BBDO İstanbul Stratejik Planlama Direktörü

Katılım 25 kişi ile sınırlıdır.
Kayıt Yeri: 3. Salon No: 102, DPİD Standı

Katılımcılar arasından yapılacak çekilişle bir kişi 2008 Atölye Eğitimi'ne bedava katılım hakkı kazanacaktır.

dpid Doğrudan Pazarlama İletişimcileri Derneği
Turkish Direct Marketing Association
tarafından düzenlenmektedir.

www.dpid.org.tr

Küçük Bütçelerle Sihirli Sonuçlar Atölye Çalışması

DPİD KATILIM BELGESİ

Sayın

23 Eylül 2007 Pazar günü **Marketingist'te** gerçekleştirilen **DPİD Atölye Çalışması'nı** başarıyla tamamladınız.

Katılımınız için teşekkür ederiz.

Ayşe Eyüboğlu
DOĞRUDAN PAZARLAMA İLETİŞİMCİLERİ DERNEĞİ
Yönetim Kurulu Başkanı

Sinan Günel
DOĞRUDAN PAZARLAMA İLETİŞİMCİLERİ DERNEĞİ
Yönetim Kurulu Başkanı Yardımcısı

dpid Doğrudan Pazarlama İletişimcileri Derneği
Turkish Direct Marketing Association



FORUM ALANI

PROGRAM

20 Eylül 14.00-16.00
Önsoyut Sektörü

21 Eylül 11.00-12.00
Bankacılık ve Sigorta Sektörü

21 Eylül 14.00-16.00
Perakende Mağazacılık Sektörü

22 Eylül 11.00-12.00
İnsan ve Kayı Yönetimi Sektörü

22 Eylül 14.00-16.00
Ticaret ve Sanayi Sektörü

İletişim Çalışmaları

İlan ve banner çalışmaları

DPİD'in kurumsal tanıtımı, etkinlikler ve eğitim programları için çeşitli ilan çalışmaları yapılmıştır.

İlanların çoğu sponsorluk kapsamında bedelsizdir ya da indirimli tarifieden fiyatlandırılmıştır.

Milli Piyango'dan

"Çekilişsiz olmaz" diyen pazarlama ve satış yöneticilerine, ürün sorumlularına, doğrudan pazarlama temsilcilerine, reklam ajanslarına, GSM operatörlerine, zincir mağaza ve petrol dağıtım şirketleri yetkililerine, kredi kartı yöneticilerine

Büyük İkramiye

"Milli Piyango İdaresi İzinli Kampanya Yönetmeliğinde Yenilikler"

MPI Genel Müdürü Sayın İhsa BALAK'ın değerli katılımlarıyla,
Yer : Hilton Oteli Balo Salonu
Tarih : 24.01.2007
Saat : 15.30



'07 Bahar Dönemi Vitamin Kürü



Pazarlama iletişimi sektöründe çalışanlara, sektörde ilerlemeyi isteyenlere ve doğrudan pazarlama iletişiminin gücünü fark edenlere...

DPID BAHAR EĞİTİM PROGRAMI

25 Nisan 2007 Çarşamba 16.00 - 19.00
PAZARLAMANIN ATAR DAMARI:
DOĞRUDAN PAZARLAMA
Tanju Kaynarca - Mayra

28 Nisan 2007 Cumartesi 10.00 - 13.00
PROMOSYONEL PAZARLAMA
Ayşe Eyüboğlu - TRIO Pazarlama Çözümleri

2 Mayıs 2007 Çarşamba 16.00 - 19.00
ETKİN ÇAĞRI MERKEZİ YÖNETİMİ
Ali Köken - Sistem

5 Mayıs 2007 Cumartesi 10.00 - 13.00
E-POSTA YOLUYLA PAZARLAMA
Sinan Günel - Project House

9 Mayıs 2007 Çarşamba 16.00 - 19.00
MARKET AKTİVİTELERİ YÖNETİMİ
Gözde Ökten - Tribal

12 Mayıs 2007 Cumartesi 10.00 - 13.00
ETKİN PROJE YÖNETİMİ
Özlem Demirel - DirectCom

16 Mayıs 2007 Çarşamba 14.00 - 19.00
DOĞRUDAN PAZARLAMADA YARATICILIK
Andy Owen - Andy Owen & Associates
Hilton Oteli Balo Salonu

23 Mayıs 2007 Çarşamba 16.00 - 19.00
MOBİL PAZARLAMA
Corey T. Owen - Project House

26 Mayıs 2007 Cumartesi 10.00 - 13.00
MİLLİ PİYANGO KAMPANYASI
NASIL UYGULANIR?
Süleyman Satıl - İme Direct

30 Mayıs 2007 Çarşamba 16.00 - 19.00
ARAMA MOTORU PAZARLAMASI
Hüseyin Savaş - Project House

DOĞRUDAN PAZARLAMADA "YARATICILIK"

Andy OWEN ile

Hedef kitlenize doğru
MESAJI İLETMENİN EN ETKİLİ
YOLUNU, TARTIŞMA YARATAN
SÖZLERİYLE GÜNDEME GELEN
Andy OWEN'dan
dinlemek için yerinizi alın.

Masterclass - 1
Hayranlık yaratacak
kampyanın sizinki
olmasını istemez misiniz?

Masterclass - 2
Etkili ve sattırın
metin yazımı.

16 Mayıs 2007
İstanbul Hilton Oteli Balo Salonu



Hizmet Sponsorları



Ayrıntılı bilgi için www.dpid.org.tr veya 0212 212 85 37

Andy OWEN ile

DOĞRUDAN PAZARLAMADA "YARATICILIK"



Hizmet Sponsorları



Tanıtım Sponsoru

Basın Sponsoru



Andy Owen ile Doğrudan Pazarlamada "Yaratıcılık"



16 Mayıs 2007
İstanbul Hilton Oteli Balo Salonu

Andy Owen ile
Doğrudan Pazarlamada "Yaratıcılık"
konulu toplantımızı onurlandırmanızı dileriz.

Yer : İstanbul Hilton Oteli Balo Salonu
Tarih : 16 Mayıs 2007
Saat : 14:00 - 17:00

Davetiye: İ kişiliktir.



İletişim Çalışmaları

Haber ve Röportajlar

Derneğin kuruluş amacı, misyonu ve vizyonu, sektörel konulardaki görüşlerimiz, yürütülen etkinlikler hem basılı, hem de dijital mecralarda haber olmuştur. Bunu için medya ziyaretleri yapılmış, basın bültenleri dağıtılmış ya da özel röportaj çalışmaları yapılmıştır.



Ayşe Eyüboğlu
DPID Yönetim Kurulu Başkanı

DPID'i yoğun günler bekliyor

"Sektörümüz 2005 yılında son derece önemli bir gelişme yaşadı; bir meslek örgütüne kavuştu.

Kişisel mecralar dışında pazarlama iletişimi hizmeti veren şirketler sektör içi iletişimi güçlendirmek, sorunlarına ortak çözüm üretmek, hizmet kalitesini yükseltmek ve haklı rekabeti önlemek gibi amaçlarla bir araya gelecek bir yıllık bir ön çalışmanın ardından DPID'i (Doğrudan Pazarlama İletişimcileri Derneği) kurdular. Eylül 2005'te sektörün içinde gelen 12 şirketi tarafından kurulan DPID, yıl sonunda onbeş üyeye ulaştı. Ayrıca dernek yapılıncasına tamamladı; ofisi ve web sitesi (www.dpid.org.tr) açıldı. Gerek üyeler arası iletişimi artırmak, gerekse sektörel bağlantılarını kuvvetlendirmek adına adımlar atmaya başladı. Dernek

olarak sosyal paydaşlarıyla (sektör dernekleri, sektör çalışanları, basın, devlet kurumları, vb.) iletişim ve işbirliklerini gündeme aldı ve bu paydaşlara DPID'i ve misyonunu aktarmaya başladı. Ayrıca, DPID, Doğrudan Pazarlama denince hemen aklı gelen ve sektör hakkında en kapsamlı bilgiyi üreten sivil toplum örgütü olmak için çalışmalarını planlamaya başladı. Bu kapsamda, sektöre yönelik eğitim ve araştırma programlarının hazırlığı başladı. Bu çalışmalar kapsamında dernek faaliyet alanlarına giren konularda iş tanımlarının yapılması, sektör büyüklüğünün belirlenmesi, sektör çalışanlarının eğitimi, sektör için stratejik konularda araştırma, bilgi üretimi, mevzuat takibi ve oluşumuna katkı gibi öncelikler belirlendi.

Sektörümüz çok hızlı bir büyüme içinde, 2006 yılında bu büyüme devam edecek. 2006 yılı için DPID'in çok yoğun bir iş planı var. Sektördeki kavram kargaşasına son verilmesi, uygulamalarla ilgili yasalardaki boşlukların üzerine gidilmesi, eğitim programlarının hayata geçirilmesi, meslek kurullarına uyulmasının sağlanması gibi konularla ilgileneceğiz. Tüm bunları yaparken pazarlama iletişimi sektöründeki diğer meslek kuruluşları ile yoğun bir işbirliği içinde olmayı hedefliyoruz. Buna ek olarak üye sayımızın artması ve DPID standartları ile meslek ahlak ilkelerinin yayılması da önemli hedeflerimiz arasında. Ayrıca, eğitim ve araştırma programlarımız sayesinde sektördeki bilgi ihtiyacını karşılamayı ve Doğrudan Pazarlama sektörünün sağlığı, dünyadaki trendlere uygun gelişimine katkıda bulunmayı hedefliyoruz. Özellikle pazarlama sektörü için de ortak bir Doğrudan Pazarlama tanıtımına ulaşılması, reklamverenlere Doğrudan Pazarlama'nın kapsamının ve faydalarının daha net anlatılabilmesi, bütçelemedeki gereksinimlerinin ve yatırım gerektiren dönüşümlerdeki etkinliğinin ön plana çıkarılması amaçlanıyor. Bu kapsamda her türlü işbirliğine gerekere Doğrudan Pazarlama'nın yaygın kullanımı ve etkinliğini kartopu etkisiyle artırmayı hedefliyoruz."

DPID niçin kuruldu?

DPID Eylül 2005'te kuruldu. Kişisel iletişim dışındaki tüm pazarlama iletişimi kanallarını kullanan / bu alanda hizmet veren şirketleri kapsıyor. Bunlar etkinlik pazarlaması, satış noktalarında pazarlama, sahada pazarlama, promosyonel pazarlama, etkileşimli pazarlama, veritabanına dayalı pazarlama, doğrudan postalamaya, internet tabanlı pazarlama, mobil pazarlama, çağrı merkezi hizmetleri. Esas faaliyet konusu olarak bu alanların en az birinde hizmet veren ve derneğin öngördüğü standartlara uyan şirketler DPID'e üye olabiliyorlar.

Aralık 2005 itibarıyla derneğimize üye 15 şirket var. Bunlar: 4 P, Direct Com, DMC, Ekim, İme, Majör, MAPP, Mr-Smoky, Ogilvy One, Project House, Spar, SPS, Tequila/İstanbul, Tribal ve Trio.

Derneğimiz kurulu çok olmadı. Vizyon, standartlar, eğitim programları ve kaynaklar açısından işbirliği yapabileceğimiz kurumları inceledik. Amacımız 2006'da uluslararası ortaklıklar kurmaktır.

DPID sektörün büyümesi, hizmet kalitesinin yükseltilmesi, eğitim ihtiyacının karşılanması, bilgi akışı sağlanması, hizmet alanları hizmet veren arasında sağlıklı bir iletişim kurulması, meslek kurullarının oluşturulması ve denetlenmesi, haklı rekabete karşı mücadele edilmesi gibi çok önemli misyonlar üstlenmiştir.

2006 yılı eğitim programları üzerinde çalışıyoruz. Bu eğitim programları öncelikle yukarıda sözünü ettiğimiz faaliyet alanları ile ilgili temel eğitimleri kapsayacaktır. Ayrıca paneller ve atölye çalışmalarına da dâhil edileceğiz.

Faaliyetlerimizi ve eğitim programlarımızı web sitemizde yayınlıyoruz. Detaylı bilgileri www.dpid.org.tr adresinden izlemek mümkün olacaktır.

DPID • DPID

Why was DPID established?



Ayşe Eyüboğlu
DPID Dernek Başkanı
(Turkish Direct Marketing Association)

DPID was established on September 2005. The association aims to cover/represent all of the service providers in various marketing communication channels except mass media. We can name these channels as event marketing, retail marketing, field marketing, promotional marketing, interactive marketing, database marketing, direct mailing, mobile marketing and call center services/telemarketing. Any company, that has services in these fields can be a member of DPID, as long as it provides DPID service and membership standards.

DPID has 15 member companies as of December 2005. These are: 4 P, Direct Com, DMC, Ekim, İme, Majör, MAPP, Mr-Smoky, Ogilvy One, Project House, Spar, SPS, Tequila/İstanbul, Tribal and Trio.

It has not been so long since DPID was established. But we initiated our international connections with our worldwide counterparts counterparts in Turkey. Our aim is to seek and form international partnerships within year 2006. We are now analysing vision, standards, training programs and resources of possible organisations that we can cooperate.

DPID has clear missions: Develop the market, increase the service level standards, help to educate the stakeholders of the sector, establish a sound communication channel between the buyer and the service provider, set the ethical standards and fight against unfair competition.

We are still working on the 2006 Training Programs of DPID. But it is crystal clear that the programs will address the issues stated in our mission. Apart from the training programs, we are also planning to organise workshops, panel discussions and seminars.

We will publish all of our events and training programs on our web site. In depth information on DPID activities can be followed from www.dpid.org.tr



Ayşe Eyüboğlu
DPID Başkanı

Hangi hizmet kimsen alınacak?

Son derece hızlı büyüyen doğrudan pazarlama sektöründe yeni kurulan bir dernek olarak 2006 yılında DPID'i çok önemli sorumluluklar bekliyordu. Sektörde ciddi bir kavram kargaşası vardı. Reklamveren hangi hizmeti kimsen alacağını, şirket seçerken neleri sorgulaması gerektiğini bilmiyordu. Yeterince uzmanlığı olmayan şirketlerin verdikleri niteliksiz hizmetler piyasayı kirliliyordu. Etik kurallara dikkat edilmiyordu.

12 şirket tarafından kurulan ve üye sayısı 2006 sonunda 17'ye ulaşan DPID, öncelikle doğrudan pazarlama hizmeti veren şirketlerin kendi içinde iletişiminin sağlanması, sorunlarını paylaşması, ortak çözüm yolları üretmesi açısından çok önemli bir işlev yükledi. DPID doğrudan pazarlamayı geniş anlamda kitlesel iletişim dışında yürütülen tüm pazarlama iletişimi faaliyetleri olarak tanımlıyor. Bu anlamda veritabanına dayalı pazarlama, doğrudan postalamaya, etkileşimli pazarlama, internet tabanlı pazarlama, mobil pazarlama, çağrı merkezi hizmetleri, promosyonel pazarlama, etkinlik pazarlaması, satış noktalarında pazarlama ve sahada pazarlama alanlarında faaliyet göstererek pazarlama iletişimi hizmeti sunan şirketleri temsil ediyor. Bu faaliyet alanları birbirinden çok farklı uzmanlıklar gerektirse de ortak sorunları çok fazla.

DPID 2007'de bu ortak sorunlarla mücadele etmek için üyelik yapısını güçlendirmeyi hedefliyor. Bir yandan da Uzmanlık Çalışma Grupları oluşturarak farklı faaliyet alanlarına ilişkin yasal konular, hizmet kalitesinin yükseltilmesi ve eğitim ihtiyacının karşılanması gibi konular

İletişim Çalışmaları

[Üyeler](#) , Üye olmak için

HaberEklerBilgiİnteraktifE-işServisler

Hürriyet29 Ocak 2007
Pazartesi 09:25
İstanbul 10°C

SON DAKİKA Tribünün mesajı

Arşivde Arama

ARA

GOKBORAwww.gokbora.com
DÜNYANIN GÜCÜ ELİNİZDE

ANASAYFA
English
Yazarlar
Genç Hürriyetim
Ankara
Ege

Son Dakika
Gündem
Avrupa Birliği
Dünya
Ekonomi
Piyasenet
Spor Yeni
Yaşam
Teknonet
Kültür Sanat

Ekonomi

◀ Önceki HaberSonraki Haber ▶

Milli Piyango, çekilişte pahalı SMS'e fren koydu

26 Ocak 2007

Ceyhun KUBURLU

Şirketlerin tüketiciye yönelik düzenlediği kampanyalara katılımın daha çok SMS yoluyla olmaya başladığını söyleyen Milli Piyango İdaresi Genel Müdürü İhya Balak, yılda 600 şirketten fazlasının bu tür kampanyalar düzenlediğini ve yüzde 50'den fazla katılımcının SMS yoluyla şansını denediğini belirtti.

Balak, "Eskiden tüketiciler Sana'nın kulakçıklarını biriktirip posta ile çekilişlere katılırdı. Teknolojinin gelişmesiyle birlikte çekilişlere SMS yoluyla başvuruluyor. Ancak burada tüketici mağduriyeti oluşuyor. Bunu engellemek için SMS tarifelerinde yeni uygulamalara gittik" dedi.

STANDART SMS BEDELİ: Bazı kampanyaların SMS yoluyla yapıldığını belirten Balak, "Ancak gönderilen SMS'lerin ücreti GSM şebekelerinin belirlediği tarifelerin çok daha üstüne çıkıyordu. Yeni düzenlemeyle SMS'li kampanyalarda SMS bedelinin operatörün tarifesıyla sınırlandırdık.

İletişim Çalışmaları

PAZARLAMA

FATOŞ KARAHASAN

karahasanf@e-kolay.net



DOĞRUDAN PAZARLAMANIN DOĞRULARI

Doğrudan Pazarlama İletişimcileri Derneği, birlikte çalışan ve üreten bir platform durumunda. Geçen yıl, dernek temsilcileriyle bir akşam yemeğinde beraber olduğumuzda, ciddi bir eğitim programı hazırlığı içinde olduklarını anlatmışlardı. Bu yıl, eğitimlere başladılar ve hemen doğrudan pazarlama konusundaki yetkin bir isim olan Andy Owen'ı İstanbul'a getirerek, bir workshop düzenlediler.

Owen, gerçekten iyi bir konuşmacı, ne dediğini, ne yaptığını iyi bilen bir doğrudan

pazarlama ustası. Doğrudan pazarlamada, broşürün yalnızca bilgi vermesi, mektubunsa satış yapması gerektiğini, ikisinin asla karıştırılmaması ve asla isme yazılı olmayan bir mektubun gönderilmemesi gerektiği gerçeklerini hatırlattı. Zarfların açılmasını sağlayabilecek sihirli kelimeler olarak "nihayet, sonunda, ...artık siz de, kutlarınız, size özel davet, bedava, hediye, gizli ve kişiye özel" ifadelerinin işe yaradığına dikkat çekti. Tüm malzemeyi hazırlarken, yazı ustalığı veya çarpıcı görsellerin değil,

etkileyici bir metnin işe yaradığı unutulmaması gerektiğini hatırladı. Önce satıcılık, sonra sanat diyen doğrudan pazarlamacıların daim yapılanları test etmek zorunda olduğunu söyledi. Doğrudan pazarlamacıların herkese değil, yalnızca ürünü satın alacak kişilere yönelik çalıştıkları için, uzun metinler yazmaktan korkmamak vurguladı. Herkese de, müşterilerinin paralarını ziyan etmemeleri için reklamcılığın ustaları Claude Hopkins, David Ogilvy ve John Caples'ı okumalarını salık verdi.

İletişim Çalışmaları

Ekler

Media Cat ile Mayıs 2006 ve Mayıs 2007'de iki kez doğrudan pazarlama eki yapılmıştır.



İletişim Çalışmaları

Web sitesi

www.dpid.org.tr Ekim 2005'ten beri yayındadır ve sürekli güncellenmektedir.



The screenshot shows the DPID website with a navigation menu on the left and a main content area. The menu includes: Ana Sayfa, Hakkımızda, Faaliyet Alanları, Haberler, Meslek Ahlak İlkeleri, Üyelerimiz, Eğitimlerimiz, Linkler, Bize Ulaşın, and E-Bülten. The main content area features a large image of orange slices and a headline: "Doğrudan Pazarlama Marketingist'te Masaya Yatırılıyor...". Below the headline, there is a paragraph about the 20-23 Eylül tarihleri arasında Tüyp'ta gerçekleşecek olan Marketingist'in destekleyici kuruluşlarından bir olan DPID, çalışmalarına son hızla devam ediyor. Another paragraph discusses the importance of direct marketing in brand communication and mentions the DPID Forum Alanı'nda tartışılacak konular. A link "Devamı için tıklayınız." is provided. At the bottom, there are three columns of news: "Fedma Seminerine Katıldık...", "Andy Owen ile 'Doğrudan Pazarlamada Yaratıcılık' seminerini gerçekleştirdik...", and "Sektörel Sorunları Tartışmak İçin Toplandık...".

dpid
DOĞRUDAN
PAZARLAMA
İLETİŞİMCİLERİ
DERNEĞİ

Ana Sayfa
Hakkımızda
Faaliyet Alanları
Haberler
Meslek Ahlak İlkeleri
Üyelerimiz
Eğitimlerimiz
Linkler
Bize Ulaşın
E-Bülten

Doğrudan Pazarlama Marketingist'te Masaya Yatırılıyor...

20-23 Eylül tarihleri arasında Tüyp'ta gerçekleşecek olan Marketingist'in destekleyici kuruluşlarından bir olan DPID, çalışmalarına son hızla devam ediyor.

Doğrudan pazarlamanın marka iletişimindeki önemi ve gücü 3. Salon'da Doğrudan Pazarlama İletişimcileri Derneği (DPID) Forum Alanı'nda tartışılacak. Otomotiv, finans, perakende, inşaat ve telekomünikasyon sektörlerinin ele alınacağı oturumlarda farklı yöntemler örneklerle sunulacak, hedefler ve sonuçlar incelenecek. Doğrudan pazarlamayı yeterince kullanmadığınızı düşünüyorsanız veya başka neler yapabiliriz diye merak ediyorsanız bu oturumları kaçırmayın.

Devamı için tıklayınız.

Fedma Seminerine Katıldık...

30 Ağustos günü Fedma'nın (Federation of European Direct and Interactive Marketing) Brüksel'de bulunan merkezinde

Andy Owen ile "Doğrudan Pazarlamada Yaratıcılık" seminerini gerçekleştirdik...

16 Mayıs 2007 tarihinde, Yurtiçi Kargo'nun ana sponsorluğunda "Andy Owen ile Doğrudan

Sektörel Sorunları Tartışmak İçin Toplandık...

Dpid çatısı altında, yaşadığımız bir takım sıkıntıların sağlıklı bir ortamda tartışılması ve çözüm üretimine yönelik, 28 Mart'ta,

dpid
DOĞRUDAN
PAZARLAMA
İLETİŞİMCİLERİ
DERNEĞİ

İletişim Çalışmaları

Veritabanı

DPİD için oluşturulan veritabanı Eylül 2007 itibariyle 9149 kişiye ulaşmıştır.

E-Bülten

Ocak 2006'da üyeler arası haberleşmeyi sağlamak için yayınlanmaya başladı. Daha sonra tüm veritabanına gönderilmeye başlandı. Bugüne kadar 15 kere aylık haber bülteni gönderildi.

İletişim Çalışmaları



**Doğrudan Pazarlama
İletişimcileri Derneği**
Turkish Direct Marketing Association

Merhaba Özgür Elçim,

Doğrudan pazarlama sektörünün sağlıklı büyümesine katkıda bulunmak ve itibarını artırmak adına yürüttüğümüz çalışmalar meyvalarını vermeye başladı. DPİD, TOBB Medya ve İletişim Meclisi'ne davet edildi. Buna ek olarak FEDMA 30 Ağustos'ta yapılacak konferanslarına derneğimizden bir kişiyi davet ederek Türkiye'de doğrudan pazarlamanın durumu ve geleceği konusunda bir konuşma yapmamızı talep etti.

Sıcak yaz aylarını sonbaharda bizi bekleyen yoğun takvimin hazırlıkları ile geçiriyoruz.

Sevgilerimizle,

Doğrudan Pazarlama İletişimcileri Derneği
Yönetim Kurulu

DPİD, TOBB Türkiye Medya ve İletişim Meclisi'ne Üye Oldu...

DPİD olarak, TOBB Türkiye Medya ve İletişim Meclisi'ne üye olduk. Farklı mecralardan iletişimcilerin oluşturduğu meclise DPİD'in kabul edilmesi doğrudan pazarlama sektörünün bilinirliğinin artırılması ve sorunlarının ilgili mercilere iletilmesi açısından önemli bir basamak oldu.

[Haberin devamı için tıklayınız](#)

2. Olağan Genel Kurulumuz Yaklaşıyor...



Google Adwords (Güz'06)

- DPİD Güz Eğitim Programı Kampanyası
 - Kampanya amacı:
 - DPİD web sitesine mümkün olduğunca ziyaretçi çekmek
 - DPİD Güz eğitimlerine kayıt almak
 - DPİD'in bilinirliğini artırmak
 - Kampanya süresi: 20 gün
 - Destekleyici faaliyetler:
 - DPİD E-bülten duyuruları
 - Çeşitli sitelerde banner kampanyası
 - Sonuçlar:
 - Sadece 188 YTL ile 65.770 gösterim, 399 tekil ziyaret
 - Ziyaretçi başına maliyet: 47 kuruş

Google Adwords (Güz'06)

ANAHTAR SÖZCÜK / SÖZCÜK GRUBU	TIKLAMA	GÖSTERİM
promosyon	88	12996
Satış	75	8019
Reklam	26	6681
Network marketing	21	781
Marka	11	1871
Reklamcılık	7	2041
Tüketici	5	2829
İletişim	5	2526

Ziyaret Sayısı: 1.603 (Günlük Ort.: 61,73) (%24 bir kereden fazla ziyaret etmiş)

Ziyaretçi Sayısı: 1.358 (Günlük Ort.: 52,23)

Sayfa Gösterimi: 4.061 (Günlük Ort.: 156,91)

DPİD Banner'ları...



DPID e-News

- Toplam düzenli e-News yayın sayısı: 15
- Okuyucu adedi: 9.150 kişi
- 2007 Yılı özel gönderimleri:
 - Eventler: 13 adet gönderi, toplam 4 event için
 - MPI Toplantısı
 - Andy Owen
 - Yeni Üyeler Tanışma Toplantısı
 - Marketingist
 - Eğitimler: 4 adet gönderi, Bahar'07 eğitimleri için

Merhaba Sinan Günel,

Sıcak yaz aylarını geride bıraktık, Eylül ayı ile birlikte yoğun bir tempo bizleri bekliyor. Marketing-ist ile ilgili hazırlıklarımız son aşamasına geldi; konferans programımız hemen kesinleşti, DPID Forum Alanı programı belli oldu. Bunları bültenimizde bulabilirsiniz.

Yaz döneminde 2006 Güz Eğitim Programımızı da kesinleştirdik. Eğitimlerimiz 7 Kasım'da başlayacak ve yine dernek merkezimizde yapılacak. Ayrıntılı programı önümüzdeki günlerde paylaşacağız.

Sektörümüzde hizmet veren şirketlerle ilişkilerimiz yoğun bir şekilde devam ediyor. Yeni bir üyemiz var : Medusa+ , aramıza hoşgeldiniz diyoruz. Aylık üye toplantılarımıza Temmuz ve Ağustos aylarında ara vermiştik. 27 Eylül - 1 Ekim tarihleri arasında Marketing-ist'de tüm üyelerimizle DPID standında buluşmayı bekliyoruz.

Sevgilerimizle,

Doğrudan Pazarlama İletişimcileri Derneği
Yönetim Kurulu

Büyük buluşmaya çok az kaldı!

300 firma, 10.000 pazarlama profesyoneli marketingist'te olacak...
marketingist Pazarlama Fuar ve Konferansı 28 Eylül - 1 Ekim tarihleri arasında TÜYAP Beylikdüzü Fuar ve Kongre Merkezi'nde kapılarını açıyor.



Buraya kadar gelip bi' kahvemizi içmemek olmaz!

Forum alanında, konferans aralarında yapacağımız hoş sohbetlere **Kahve Dünyası** da eşlik edecek, konuştuğumuz konulara ayrı bir tat katacak. Tam 4 gün boyunca **Kahve Dünyası**'nın eşsiz lezzetine ücretsiz doyacağız.

DPID olarak **Kahve Dünyası** 'na bu katılımından dolayı çok teşekkür ederiz...



O da artık bizimle...

Gelişen Türkiye'nin dinamik, artı değerler üreten ajansı MedusaPlus, pazarlama yöntemi, pazarlama destek hizmetleri, satış destek ve tanıtım aktiviteleri ile tam servis organizasyonlar, internet, dijital medya ve mobil iletişim alanında Türkiye'nin önde gelen kurumlarına çözümler sunuyor.



Kısacası MedusaPlus ile bugüne kadar aynı dili konuşuyorduk, aynı sektörde hizmet veriyorduk. Şimdi ise tüm bunların yanında aynı çatı altında olmanın mutluluğunu yaşayacağız.

Tüm DPID üyeleri adına; "Aramıza hoş geldin MedusaPlus..."



› Milli Piyango'dan büyük ikramiye!

Doğrudan Pazarlama İletişimcileri Derneği (DPİD), **24 Ocak 2007 Çarşamba günü İstanbul Hilton Otel'i'nde 16.00-18.30 saatleri arasında**, Marketing Türkiye ve MMI desteğiyle, **MPİ Genel Müdürü İhya Balak**'ın yenilenen Milli Piyango İdaresi çekiliş kampanyaları yönetmeliğini anlatacağı bir toplantı düzenliyor.

› Kimler katılmalı?

MPİ izinli çekiliş kampanyaları düzenleyen herkes...

Ayrıntılı bilgi için tıklayınız...

› Toplantı Programı

- 15.30-16.00** - Kayıt
- 16.00-16.30** - Hoşgeldiniz ve ikram
- 16.30-16.40** - Hoşgeldiniz konuşması
(Ayşe Eyüboğlu, DPİD Yönetim Kurulu Başkanı)
- 16.40-17.00** - Çekiliş Uygulamalarında Dünyadan Örnekler
(Süleyman Satal, DPİD Yönetim Kurulu Üyesi)
- 17.00-17.45** - MPİ Genel Müdürü İhya Balak'ın konuşması
- 17.45-18.30** - Soru ve cevap bölümü



**DOĞRUDAN
PAZARLAMANIN
GURULARINDAN
ANDY OWEN
TÜRKİYE'DE!**

Doğrudan Pazarlamada Yaratıcılık ve Yaratıcı Metin Yazımı konularında uzmanlaşmış olan ve tüm dünyada bu konularla ilgili seminerler veren Andy Owen, Türkiye'de.

16 Mayıs 2007 tarihinde "Doğrudan Pazarlamada Yaratıcılık ve Copywriting" konularında seminer vermek için ülkemize gelecek olan ve Hilton Oteli Balo Salonu'nda buluşacak olan Andy Owen, yapmış olduğu cesur açıklamaları da gündemden düşmüyor.

**"ANDY OWEN
İLE DOĞRUDAN
PAZARLAMADA
YARATICILIK"
ETKİNLİK
İÇERİĞİ:**

Yaratıcılık Atölyesi(1)

Ogilvy, Caples ve Hopkins... Bizlere yol gösteren ve yapıtlarına hayran bıraktıran üç yaratıcı deha! Peki neden bugün gördüğümüz çoğu doğrudan pazarlama ürünü işe yaramaz zırvalardan başka bir şey değil?

Ürünü işe yaramaz zırvalardan başka bir şey değil?

Andy Owen'in yanıtlarını ve doğrudan pazarlamada yaratıcılık sanatını incelikleri bizimle paylaşacağı etkileyici bir bölüm. Hayranlık yaratacak kampanyanın sizinizi olmasını istemez misiniz?

**ANDY
OWEN
KİMDİR?**

Uluslararası iletişim sektöründe tanınan ve takip edilen bir isim olan Andy Owen, tam 23 senedir Doğrudan Pazarlama alanında çalışmalarını sürdürmektedir. Doğrudan Pazarlama danışmanlığı hizmeti veren şirketi Andy Owen & Associates Ltd'nin Copywriting That Sells isimli özelleşmiş bir bölümü bulunmaktadır.

Yıl boyu verdiği konferanslar, seminerler, workshoplar ve eğitimler ile tüm dünyada Doğrudan Pazarlamanın gücü ve önemine dikkat çekmektedir.

DMA ve Institute of Direct Marketing of UK için çalışmakta, Chartered Institute of Marketing'in aylık dergisi Copycat için makaleler yazmaktadır.

Admap, Marketing Week, Gulf Marketing Review, Direct Response, Direct Marketing Week, Direct Marketing International, Precision Marketing, AdAsia ve Adline gibi uluslararası birçok pazarlama ve iş yayınlarında makaleleri yayınlanmaktadır. Andy, ayrıca International Advertising Association'ın sürekli konuşmacısıdır. www.andyowen.co.uk adresinden, Andy Owen ile ilgili daha detaylı bilgiye ulaşabilirsiniz.

Yaratıcılık Atölyesi(2)

Günümüzde doğrudan pazarlama metin yazarlarının hemen hepsi sahtekar! Bunun sebebi, yaptıkları işin sanatını bilmiyor olmaları. Çoğu müşteriler ise tamamen konudan bihaber. Körlük, sağırılar birbirini ağırlar durumu yani...

konudan bihaber. Körlük, sağırılar birbirini ağırlar durumu yani...

Bugünün acımasız pazar koşullarında, etkili metin yazmanın nasıl bağlayıcı ve satıcı olduğunu, e-posta ve doğrudan postalamanın yanısıra, display reklamcılığın da ele alınacağı, Andy Owen'in iyi ve kötü örneklerle dolu bu eğitim toplantısı ile keşfedin.

Tarih: 16 Mayıs 2007 Çarşamba 14:00 – 17:00
Yer: Hilton Oteli Balo Salonu
Katılım ücreti: Kişi başı 350 YTL'dir.

Etkinlik günü kapıdan bilet satışı yapılacaktır.
Arzu edenler, kredi kartı ile ödeme yapabilirler.

Etkinlik tarihinden önce, 14 ve 15 Mayıs'ta, biletlerini internet kanalıyla satın alanlar, etkinlik günü biletlerini kapıdan teslim alabilirler.

Bilet almak için hemen tıklayın



Eğiticiye giriş izni.



Hizmet Sponsoru



Tanıtım Sponsoru



Basın Sponsoru



Ana Sponsor



Sinan Günal,

Sıcakları fazlasıyla hissettiğimiz bugünlerde, derneğimiz çalışmalarına ara vermeden devam ediyor. Bu zaman zarfında, aramıza yeni katılan üyelerimizle daha da güçlendik. Yeni katılan üyelerimize hoş geldin demek ve kendilerini daha yakından tanıyabilmek için, 2 Ağustos Perşembe günü saat 16:00'da, dernek merkezimizde bir araya geliyoruz. **Yeni üyelerimiz; ADD Tanıtım, Data Profil, Plus Event Marketing, Credo, UniClub, Inter DM, DSM Group, Proximity ve Response DM.**

Yeni üyelerimiz kendilerini tanıttıktan sonra, Proximity Firmasından Eser Hakim, dünyanın tek uluslararası doğrudan pazarlama yarışması olan ve bu yıl kapılarını Türkiye'ye de açan **John Caples** hakkında bilgi verecek. Bu yıl 30.'su Kasım ayında New York'ta düzenlenecek ödül töreni, 47 ülkenin ve 100 kreatif direktörün katılımıyla gerçekleşecek.

John Caples, markaların gerçek hayattaki pazarlama sorunlarına çözüm getiren projelerin ödüllendirildiği bir yarışma. Yarışma fikrini ortaya atan kişi, Emerson Pazarlama Ajansı'ndan Andi Emerson. Organizasyona halen başkanlık eden Emerson, aynı zamanda ödül töreninin de isim babası. Yarışma; ismini, doğrudan pazarlamanın öncüsü, bu sektörde 56 yıl bilfiil hizmet vermiş **John Caples**'dan almakta.

2 Ağustos'ta bir arada olmak dileği ile...

Doğrudan Pazarlama İletişimcileri Derneği
Yönetim Kurulu

Tarih: 2 Ağustos Perşembe
Saat: 16:00
Yer: DPİD Merkezi
İkram: Çay-kahve-kurabiye
Katılımlarınızı 30 Temmuz pazartesi akşamına kadar dernek merkezine bildirmenizi rica ederiz.

Yeni üyelerimiz

Response DM
Data Profil
Plus Event Marketing
Credo
UniClub
Inter DM
DSM Group
Proximity
ADD Tanıtım



Kurumsal İlişkiler

Sektör dernekleri, odalar, kamu kuruluşları gibi bir çok kurumla ilişki kurulmuş, sürekli bir işbirliğinin temelleri atılmıştır.

Mart 2006

- Reklamverenler Derneği
- Metro Cash&Carry

Nisan 2006

- MPI Genel Müdürlüğü

Mart 2007

- TOBB Medya ve İletişim Meclisi

Mayıs 2007

- İTO 10 no.lu Zümre (Reklam şirketleri ve diğer ajanslar)

Haziran 2007

- FEDMA

Kurumsal İlişkiler

Reklam Yaraticıları Derneği, İTKİB, Birleşmiş Markalar, AMPD, İşkur ile toplantılar gündemdedir.

Tedarikçi İlişkileri

Amaç maliyetlerin düşürülmesi, kaliteli hizmet alınması

Akaryakıt, kargo, kurye, yemek hizmetleri, teknolojik altyapı, matbaa gibi konularda indirimli hizmet alımı için görüşmeler sürmektedir.

Total, Shell ve POAŞ ile anlaşma yapılarak indirim sağlanmıştır.

Web sitesinde üyelerin şifre ile girecekleri ve istedikleri tedarikçilere ulaşabilecekleri sistem için alt yapı tamamlanmıştır.



Teşekkür ederiz ...

“Doğrudan Pazarlama İletişimcileri Derneği”

www.dpid.org.tr