

ENKÄT OM PRODUKTIONEN AV DIREKTMARKNADSFÖRING I SVERIGE

Direktmarknadsföring kan definieras på många olika sätt. Ange nedan vilken eller vilka typer av marknadsföringsaktiviteter, om någon, som Du tycker är exempel på direkt-marknadsföring.

1. Kampanjer riktade till *namngivna individer*, där *responsen är direkt hänförlig till kampanjen* genom:

- Svares-/beställningskupong (1.1)
- Rabattkupong (1.2)
- Särskilt telefonnummer för kampanjen (1.3)

2. Kampanjer riktade till *namngivna individer*, där *responsen uppskattningsvis är hänförlig till kampanjen* genom:

- Telefonnummer (2.1)
- Besök i butik (2.2)

3. Kampanjer riktade till *okända individer* (massmarknad), där *responsen är direkt hänförlig till kampanjen* genom:

- Svares-/beställningskupong (3.1)
- Rabattkupong (3.2)
- Särskilt telefonnummer för kampanjen (3.3)

4. Kampanjer riktade till *okända individer* (massmarknad), där *responsen uppskattningsvis är hänförlig till kampanjen* genom:

- Telefonnummer (4.1)
- Besök i butik (4.2)

5.

- Relationsskapande* marknadskommunikation med *namngivna individer*, där *responsen inte behöver vara direkt hänförlig till kampanjen* (5.1)

6.

- Annat, nämligen _____
-
-

På följande sidor frågar vi om Ditt företags produktion/försäljning av direktmarknadsföringsaktiviteter i olika mediagrupper.

- ◆ Enkäten avser den direktmarknadsföring ni *producerar för försäljning*, alltså inte företagets egen marknadsföring.

- ◆ Du behöver bara fylla i de sidor som berör företagets verksamhetsområde/n.
 - Direktreklam, s. 3-4
 - Telemarketing, s. 5
 - Elektroniska media, s. 6
 - TV, s. 7
 - Radio, s. 8
 - Tidningar, s. 9
 - Övriga media, s.10

NÅGRA ALLMÄNNA FRÅGOR OM DIG OCH DITT FÖRETAG:

7. Vilket är Ditt ansvarsområde i företaget (flera svarsalternativ möjliga):

- VD (7.1)
- Marknadsföringsansvarig (7.2)
- Försäljningsansvarig (7.3)
- Produktionsansvarig (7.4)
- Personalansvarig (7.5)
- Produktansvarig (7.6)
- Kundansvarig (7.7)
- Projektledare (7.8)

- Annat, nämligen _____ (7.9)

8. Vilken bransch anser Du att företaget verkar inom? _____ (8)

9. Företagets omsättning 1997 (eller senast avslutat räkenskapsår): _____ (9)

10. Antal anställda 1997 (eller senast avslutat räkenskapsår), räknat som heltidstjänster:
_____ (10)

PRODUKTION AV DIREKTREKLAM

Om företaget inte producerar någon direktreklam, gå vidare till nästa sida.

11. Vilka av nedanstående direktreklamaktiviteter *producerade* ert företag *för försäljning* (ej för eget bruk) under 1997 (eller senast avslutat räkenskapsår)?

Markera alla alternativ som gällde för er det aktuella året

TYP AV DIREKTMARKNADSFÖRING

- Oadresserad direktreklam (11.1)
- Adresserad direktreklam (11.2)
- Tidningsbilagor (11.3)
- "Fripassagerare" (11.4)

PRODUKTION

- Tryckning och grafisk produktion (11.5)
- Adressering och databehandling (etikettering, laserprintning) (11.6)
- Kuvert-, plast- och emballagetillverkning (11.7)
- Packning (11.8)

ADRESSER

- Förmedling av bilagor eller varuprov (11.9)
- Sammanställning av kuponghäften eller DR-bussar, samutskick och annonstidningar (11.10)
- Upphandling av adressmaterial (11.11)
- Sammanställning/byggande av adressregister (11.12)
- Registerhantering (11.13)

DISTRIBUTION

- Distribution av ADR (porto och transporter) (11.14)
- Distribution av ODR (porto och transporter) (11.15)

ÖVRIGT

- Byråttjänster (t ex kreativ utformning, copy) (11.16)
- Konsulttjänster (t ex marknadsundersökningar, förtester, analyser och annan databehandling) (11.17)
- Utbildning (t ex kurser, föredrag) (11.18)
- Inget av ovanstående (11.19)
- Annat, nämligen _____ (11.20)

12. Vilken omsättning uppskattar Du att ovanstående verksamheter genererade för Ditt företag och hur stor andel av företagets totala omsättning motsvarade detta 1997 (eller senast avslutat räkenskapsår)?

Ca _____ kr, vilket motsvarade _____ % av omsättningen (12.1)
(12.2)

13. Hur många anställda, räknat som heltidstjänster, var sysselsatta med ovanstående verksamheter i företaget 1997 (eller senast avslutat räkenskapsår)?

_____ personer (13)

14. Hur förväntar Du Dig att er produktion av ovanstående aktiviteter kommer att bli under 1998?

Ökande (14.1)

Minskande (14.2)

Ungefär samma som 1997 (eller senast avslutat räkenskapsår) (14.3)

15. Till vilket belopp uppskattar Du att ni **köpte** ovanstående tjänster från underleverantörer 1997 (eller senast avslutat räkenskapsår)?

Ca _____ kr (15)

PRODUKTION AV TELEMARKETING

Om företaget inte producerar någon telemarketing, gå vidare till nästa sida.

16. Vilka av nedanstående telemarketingaktiviteter **producerade** ert företag **för försäljning** (ej för eget bruk) under 1997 (eller senast avslutat räkenskapsår)?

Markera alla alternativ som gällde för er det aktuella året.

TYP AV DIREKTMARKNADSFÖRING

- Utgående samtal (i syfte att hitta nya kunder, följa upp direktreklam, försäljning per telefon eller att boka kundbesök) (16.1)
- Inkommande samtal (rörande ordermottagning, kundservice, klagomålshantering och responshantering vid direktmarknadsföringskampanjer i andra media) (16.2)

ADRESSER

- Upphandling av adressmaterial (16.3)
- Sammanställning/byggande av adressregister (16.4)
- Registerhantering (16.5)

ÖVRIGT

- Byråttjänster (16.5)
- Konsulttjänster (t ex marknadsundersökningar, förtester, analyser och annan databehandling) (16.6)
- Utbildning (t ex kurser, föredrag) (16.7)
- Inget av ovanstående (16.8)
- Annat, nämligen _____ (16.9)

17. Vilken omsättning uppskattar Du att ovanstående verksamheter genererade för Ditt företag och hur stor andel av företagets totala omsättning motsvarade detta 1997 (eller senast avslutat räkenskapsår)?

Ca _____ kr, vilket motsvarade _____ % av omsättningen (17.1)
(17.2)

18. Hur många anställda, räknat som heltidstjänster, var sysselsatta med ovanstående verksamheter i företaget 1997 (eller senast avslutat räkenskapsår)?

_____ personer (18)

19. Hur förväntar Du Dig att er produktion av ovanstående aktiviteter kommer att bli under 1998?

- Ökande (19.1)
- Minskande (19.2)
- Ungefär samma som 1997 (eller senast avslutat räkenskapsår) (19.3)

20. Till vilket belopp uppskattar Du att ni **köpte** ovanstående tjänster från underleverantörer 1997 (eller senast avslutat räkenskapsår)?

Ca _____ kr (20)

PRODUKTION AV DIREKTMARKNADSFÖRING VIA ELEKTRONISKA MEDIA

Om företaget inte producerar någon direktmarknadsföring via elektroniska media, gå vidare till nästa sida.

21. Vilka av nedanstående aktiviteter **producerade** ert företag **för försäljning** (ej för eget bruk) under 1997 (eller senast avslutat räkenskapsår)?

Markera alla alternativ som gällde för er det aktuella året.

TYP AV DIREKTMARKNADSFÖRING

- "On-line shopping" (websidor med beställningsmöjlighet) (21.1)
- Övriga websidor med uppmaning till direkt respons (21.2)
- E-mail (21.3)

ÖVRIGT

- Byråttjänster (t ex kreativ utformning, copy) (21.4)
- Konsulttjänster (t ex marknadsundersökningar, förtester, analyser och annan databehandling) (21.5)
- Utbildning (t ex kurser, föredrag) (21.6)
- Inget av ovanstående (21.7)
- Annat, nämligen _____ (21.8)

22. Vilken omsättning uppskattar Du att ovanstående verksamheter genererade för Ditt företag och hur stor andel av företagets totala omsättning motsvarade detta 1997 (eller senast avslutat räkenskapsår)?

Ca _____ kr, vilket motsvarade _____ % av omsättningen (22.1)
(22.2)

23. Hur många anställda, räknat som heltidstjänster, var sysselsatta med ovanstående verksamheter i företaget 1997 (eller senast avslutat räkenskapsår)?

_____ personer (23)

24. Hur förväntar Du Dig att er produktion av ovanstående aktiviteter kommer att bli under 1998?

- Ökande (24.1)
- Minskande (24.2)
- Ungefär samma som 1997 (eller senast avslutat räkenskapsår) (24.3)

25. Till vilket belopp uppskattar Du att ni **köpte** ovanstående tjänster från underleverantörer 1997 (eller senast avslutat räkenskapsår)?

Ca _____ kr (25)

PRODUKTION AV DIREKTMARKNADSFÖRING VIA TV

Om företaget inte producerar någon DRTV, gå vidare till nästa sida.

26. Vilka av nedanstående aktiviteter **producerade** ert företag **för försäljning** (ej för eget bruk) under 1997 (eller senast avslutat räkenskapsår)?

Markera alla alternativ som gällde för er det aktuella året.

TYP AV DIREKTMARKNADSFÖRING

- "Home-shoppingprogram" (exempelvis TV-Shop och TVG) (26.1)
- Övrig DRTV (TV-reklam med uppmaning till direkt respons) (26.2)
- Direct support advertising (stödannonsering vid direktmarknadsföringskampanjer via andra media) (26.3)

ÖVRIGT

- Byråttjänster (t ex kreativ utformning, copy) (26.4)
- Konsulttjänster (t ex marknadsundersökningar, förtester, analyser och annan databehandling) (26.5)
- Utbildning (t ex kurser, föredrag) (26.6)
- Annat, nämligen _____ (26.7)
- Inget av ovanstående (26.8)

27. Vilken omsättning uppskattar Du att ovanstående verksamheter genererade för Ditt företag och hur stor andel av företagets totala omsättning motsvarade detta 1997 (eller senast avslutat räkenskapsår)?

Ca _____ kr, vilket motsvarade _____ % av omsättningen (27.1)
(27.2)

28. Hur många anställda, räknat som heltidstjänster, var sysselsatta med ovanstående verksamheter i företaget 1997 (eller senast avslutat räkenskapsår)?

_____ personer (28)

29. Hur förväntar Du Dig att er produktion av ovanstående aktiviteter kommer att bli under 1998?

- Ökande (29.1)
- Minskande (29.2)
- Ungefär samma som 1997 (eller senast avslutat räkenskapsår) (29.3)

30. Till vilket belopp uppskattar Du att ni **köpte** ovanstående tjänster från underleverantörer 1997 (eller senast avslutat räkenskapsår)?

Ca _____ kr (30)

PRODUKTION AV DIREKTMARKNADSFÖRING VIA RADIO

Om företaget inte producerar någon direktmarknadsföring via radio, gå vidare till nästa sida.

31. Vilka av nedanstående aktiviteter **producerade** ert företag **för försäljning** (ej för eget bruk) under 1997 (eller senast avslutat räkenskapsår)?

Markera alla alternativ som gällde för er det aktuella året.

TYP AV DIREKTMARKNADSFÖRING

- Radioreklam med uppmaning till direkt respons (31.1)
- Direct support advertising (stödannonsering vid direktmarknadsföringskampanjer via andra media) (31.2)

ÖVRIGT

- Byråttjänster (t ex kreativ utformning, copy) (31.3)
- Konsulttjänster (t ex marknadsundersökningar, förtester, analyser och annan databehandling) (31.4)
- Utbildning (t ex kurser, föredrag) (31.5)
- Inget av ovanstående (31.6)
- Annat, nämligen _____ (31.7)

32. Vilken omsättning uppskattar Du att ovanstående verksamheter genererade för Ditt företag och hur stor andel av företagets totala omsättning motsvarade detta 1997 (eller senast avslutat räkenskapsår)?

Ca _____ kr, vilket motsvarade _____ % av omsättningen (32.1)
(32.2)

33. Hur många anställda, räknat som heltidstjänster, var sysselsatta med ovanstående verksamheter i företaget 1997 (eller senast avslutat räkenskapsår)?

_____ personer (33)

34. Hur förväntar Du Dig att er produktion av ovanstående aktiviteter kommer att bli under 1998?

- Ökande (34.1)
- Minskande (34.2)
- Ungefär samma som 1997 (eller senast avslutat räkenskapsår) (34.3)

35. Till vilket belopp uppskattar Du att ni **köpte** ovanstående tjänster från underleverantörer 1997 (eller senast avslutat räkenskapsår)?

Ca _____ kr (35)

PRODUKTION AV DIREKTMARKNADSFÖRING VIA TIDNINGAR

Om företaget inte producerar någon direktmarknadsföring i tidningar, gå vidare till nästa sida.

36. Vilka av nedanstående aktiviteter **producerade** ert företag **för försäljning** (ej för eget bruk) under 1997 (eller senast avslutat räkenskapsår)?

Markera alla alternativ som gällde för er det aktuella året.

TYP AV DIREKTMARKNADSFÖRING

- Annonsutrymme/annonser med uppmaning till direkt respons i dagspress (36.1)
- Annonsutrymme/annonser med uppmaning till direkt respons i kvällspress (36.2)
- Annonsutrymme/annonser med uppmaning till direkt respons i veckopress (36.3)
- Annonsutrymme/annonser med uppmaning till direkt respons i fackpress (36.4)
- Eftertextannonsering (småannonser längst bak i tidningen) (36.5)

ÖVRIGT

- Byråttjänster (t ex kreativ utformning, copy) (36.6)
- Konsulttjänster (t ex marknadsundersökningar, förtester, analyser och annan databehandling) (36.7)
- Utbildning (t ex kurser, föredrag) (36.8)
- Inget av ovanstående (36.9)
- Annat, nämligen _____ (36.10)

37. Vilken omsättning uppskattar Du att ovanstående verksamheter genererade för Ditt företag och hur stor andel av företagets totala omsättning motsvarade detta 1997 (eller senast avslutat räkenskapsår)?

Ca _____ kr, vilket motsvarade _____ % av omsättningen (38.1)
(38.2)

39. Hur många anställda, räknat som heltidstjänster, var sysselsatta med ovanstående verksamheter i företaget 1997 (eller senast avslutat räkenskapsår)?

_____ personer (39)

40. Hur förväntar Du Dig att er produktion av ovanstående aktiviteter kommer att bli under 1998?

- Ökande (40.1)
- Minskande (40.2)
- Ungefär samma som 1997 (eller senast avslutat räkenskapsår) (40.3)

41. Till vilket belopp uppskattar Du att ni **köpte** ovanstående tjänster från underleverantörer 1997 (eller senast avslutat räkenskapsår)?

Ca _____ kr (41)

PRODUKTION AV DIREKTMARKNADSFÖRING I ÖVRIGA MEDIA

Om företaget inte producerar någon direktmarknadsföring i övriga media, gå vidare till nästa sida

42. Vilka av nedanstående aktiviteter **producerade** ert företag **för försäljning** (ej för eget bruk) under 1997 (eller senast avslutat räkenskapsår)?

Markera alla alternativ som gällde för er det aktuella året.

TYP AV DIREKTMARKNADSFÖRING

- Utomhusreklam med uppmaning till direkt respons (42.1)
- Mässor och utställningar (42.2)
- Direktreklam (inbjudan/information, samt distribuerad via...) i samband med mässor och utställningar (42.3)
- Butikspromotion (trycksaker, rabattkuponger, samt förpackningsreklam med uppmaning till direkt respons som distribueras via butiken) (42.4)

ÖVRIGT

- Byråttjänster (t ex kreativ utformning, copy) (42.4)
- Konsulttjänster (t ex marknadsundersökningar, förtester, analyser och annan databehandling) (42.5)
- Utbildning (t ex kurser, föredrag) (42.6)
- Inget av ovanstående (42.7)
- Annat, nämligen _____ (42.8)

42. Vilken omsättning uppskattar Du att ovanstående verksamheter genererade för Ditt företag och hur stor andel av företagets totala omsättning motsvarade detta 1997 (eller senast avslutat räkenskapsår)?

Ca _____ kr, vilket motsvarade _____ % av omsättningen (42.1)
(42.2)

43. Hur många anställda, räknat som heltidstjänster, var sysselsatta med ovanstående verksamheter i företaget 1997 (eller senast avslutat räkenskapsår)?

_____ personer (43)

44. Hur förväntar Du Dig att er produktion av ovanstående aktiviteter kommer att bli under 1998?

- Ökande (44.1)
- Minskande (44.2)
- Ungefär samma som 1997 (eller senast avslutat räkenskapsår) (44.3)

45. Till vilket belopp uppskattar Du att ni **köpte** ovanstående tjänster från underleverantörer 1997 (eller senast avslutat räkenskapsår)?

Ca _____ kr (45)

TILL SIST NÅGRA FRÅGOR OM DIN SYN PÅ BEGREPPET DIREKTMARKNADSFÖRING

46. Anser Du att direktmarknadsföring går att särskilja från annan typ av marknadsföring? (46)

ALDRIG 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 ALLTID

47. Om ja, hur?

48. Hur ofta efterfrågar era kunder uttryckligen *direktmarknadsföringstjänster*? (48)

ALDRIG 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 ALLTID

49. Vilka marknadsföringsformer bör räknas som direktmarknadsföring, enligt Din åsikt?

DIREKTREKLAM	NEJ, ABSOLUT INTE	VANLIGTVIS INTE	VANLIGTVIS	JA, ABSOLUT	
Adresserad direktreklam	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(49.1)
Oadresserad direktreklam	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(49.2)
Tidningsbilagor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(49.3)
”Fri-passagerare”	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(49.4)
TELEMARKETING	NEJ, ABSOLUT INTE	VANLIGTVIS INTE	VANLIGTVIS	JA, ABSOLUT	
Utgående telemarketing	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(49.5)
Inkommande telemarketing	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(49.6)

ELEKTRONISKA MEDIA	NEJ, ABSOLUT INTE	VANLIGTVIS INTE	VANLIGTVIS	JA, ABSOLUT	
”On-line shopping”	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(49.7)
Övriga websidor med uppmaning till direkt respons	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(49.8)
Annonsering via e-mail	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(49.9)
Annonsering via fax	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(49.10)
TV	NEJ, ABSOLUT INTE	VANLIGTVIS INTE	VANLIGTVIS	JA, ABSOLUT	
”Home-shoppingprogram”	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(49.11)
Annan DRTV med uppmaning till direkt respons	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(49.12)
TV-reklam för direktmarknadsföring i andra media	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(49.13)
RADIO	NEJ, ABSOLUT INTE	VANLIGTVIS INTE	VANLIGTVIS	JA, ABSOLUT	
Radioreklam med uppmaning till direkt respons	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(49.14)
Radioreklam för direktmarknadsföring i andra media	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(49.15)
TIDNINGAR	NEJ, ABSOLUT INTE	VANLIGTVIS INTE	VANLIGTVIS	JA, ABSOLUT	
Tidningsannonser med uppmaning till direkt respons	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(49.16)
Eftertextannonsering	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(49.17)

ÖVRIGT	NEJ, ABSOLUT INTE	VANLIGTVIS INTE	VANLIGTVIS	JA, ABSOLUT	
Personlig försäljning i butik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(49.18)
Personlig försäljning via dörrknackning, kundbesök	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(49.19)
Mässor och utställningar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(49.20)
Direktreklam i samband med mässor och utställningar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(49.21)
Rabattkuponger (i olika media)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(49.22)
Tävlingar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(49.23)
Annonsering som uppmanar till butiksbesök	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(49.24)
Annonsering som uppmanar till välgörenhetsdonationer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(49.25)
Relationsmarknadsföring utan uppmaning till direkt respons	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(49.26)
Annat, nämligen...					
_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(49.27)
_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(49.28)
_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(49.29)

50. Om Du har några ytterligare synpunkter får Du gärna skriva dem här!

STORT TACK FÖR DIN MEDVERKAN!

(GLÖM NU INTE ATT POSTA ENKÄTEN OCKSÅ..!)