

Přílože k vyúčtování a direct mail

Tištěná forma reklamy - oslovení zákazníků, kteří měsíčně dostávají vyúčtování za naše služby poštou v papírové podobě. Nebo možnost oslovení direct mailem, kde reklamní sdělení je plně v brandu inzerenta.

T-Mobile

Ukázka:



Pravidla pro přílože

- design nesmí připomínat propagační materiály společnosti T-Mobile, tj. nepoužívat prvky brandingů značky T-Mobile (digity-čtverečky, které jsou v logu, font Tele-Grotesk, minimalizovat použití magentové barvy, čtvercové upoutávky).
- na přední straně vpravo nahoře musí být místo pro technologickou zónu (čárový kód), tj. bílá plocha bez textu o rozměrech 95 x 12 mm.
- inzerce 3. strany musí být označena textem „Inzerce společnosti XXXXXX“ (XXXXX = název společnosti, která je zadavatelem kampaně).
- text „Inzerce společnosti XXXXX“ musí být uveden:
 - u horního nebo dolního okraje stránky
 - font Arial
 - velikost písma 10
 - text musí být vždy bez problémů čitelný (barevnost, vzor pozadí)

Technické specifikace pro přílože

Tisk příloží je prováděn formou digitálního tisku na nekonečný papír. Soubor technických parametrů pro digitální tisk bude zaslán na vyžádání.

Zadání kampaně, náplň a zpracování podléhá schválení T-Mobile. Veškeré podklady (včetně textů) je nutné vzhledem ke schvalovacímu procesu a náročnosti zpracování dodat s dostatečným časovým předstihem před první rozesílkou. Termíny pro dodání podkladů a stejně tak termíny distribuce budou sděleny s nabídkou na základě žádosti.

Pravidla a technické parametry pro direct mail

Inzerce je plně v brandu inzerenta, což platí i pro obálku, ve které je odeslána. Na přání inzerenta TMCZ může zajistit výrobu (tisk) inzerce z dodaných grafických podkladů – tato služba není zahrnuta v ceně kampaně. V případě zájmu je nutné tento požadavek specifikovat v žádosti o nabídku.

Objednávky kampaně nebo dotazy

Rádi Vám zodpovíme další dotazy nebo zpracujeme nabídku na míru. Kontaktujte naše obchodní oddělení na emailové adrese reklama@t-mobile.cz. Další možnosti inzerce, ceník a specifikaci inzertních produktů včetně obchodních podmínek naleznete na www.t-mobile.cz/reklama.

** Post-paid = zákazníci se smlouvou, Pre-paid = zákazníci s předplacenou kartou. Ne všechna kritéria známá pro Post-paid jsou relevantní pro Pre-paid.

Kritéria cílení pro přílože nebo direct mail

na rezidentní zákazníky Post-paid/Pre-paid**

- věk
- pohlaví
- útrata za mobilní služby
- typ telefonu
- geografické (dle fakturační adresy)

na malé a střední firmy

pro reklamu relevantní podnikatelským subjektům

- velikost firmy (počet SIM karet)
- fakturační adresa
- zaměření firmy (dle OKEČ)
- typ telefonu
- útraty za mobilní služby

Možnosti reakce na reklamní sdělení pro přílože nebo direct mail

- volání na tel. číslo z inzerce
- posílání SMS na zvolené číslo
- návštěva internetových stránek inzerenta (uplatnění slevového kuponu v e-shopu)
- motivace k návštěvě provozovny (slevový kupón)

Doporučení k přílohim nebo direct mailům

- motivujte zákazníky (sleva, akce, testovací vzorek dárek,...)
- motivační prvky použijte na začátku sdělení (textu)
- použijte jeden či maximálně dva motivační prvky ve zprávě – jedno hlavní sdělení
- sdělte zákazníkovi, co má udělat (zavolat, navštívit internet, zajít do prodejny, ...)