



Zestawienie opisów baz B2C do komunikacji bezpośredniej

ID	Opisy baz Nazwa bazy	Łącznie	Ilości wyrażone w milionach			Adres docelowy	Komunikacja	Podstawowe informacje Słowa kluczowe	Kryteria wyboru	Forma budowy bazy	Opis baz	Charakterystyka baz
			Adres e-mail	Telefon komórk.	Telefon komstac.							
Łącznie	52,98	21,18	22,78	41,07	25,74							
ID C02	Przedsiębiorcy	2,90	0,78	1,00	1,92	2,90	CC, DM, SMS, email	Przedsiębiorcy, do CC i DM	19	Ankiety, CC, zakup	Baza właścicieli firm 1-3 osobowych. Dokonała nadaje się do kampanii CC i direct mail. Z kampanii na tej bazie można spodziewać się zakupów o wyższych wartościach.	
ID C03	EUTA	0,85	0,01	0,10	0,44	0,58	CC, DM, SMS, email	Ankiety osobiste. Duża ilość informacji dodatkowych.	25	Ankiety w gosp. domowych	Baza była wyznaczona wyłącznie podczas wizyty Konsultanta w gospodarstwach domowych respondentów. Przy równowadze osobistej wszystkie dane zostały zapisane w ankiecie i pobrane przez respondenta. Baza posiada 25 informacji podstawowych i 100 dodatkowych. Nadaje się do komunikacji CC i direct mail.	
ID C04	Seniorzy	6,97			6,97		CC	Telefony stacjonarne.	3	Internet, CC	Baza telefonów stacjonarnych. Podział wg danych województw, miast. Statystycznie baza zawiera osoby w starszym wieku o dochodach niższych od średniej krajowej. Baza wyłączone do działań CC, na dużą skalę, po niskich kosztach.	
ID C05	Market	0,22	0,05	0,17	0,21	0,20	CC, DM, SMS, email	Klienci z Centrow handlowych.	20	Ankiety w hipermark.	Ogólnopolska baza konsumentów głównie z większych miast, które dokonują zakupy w hipermarketach. Średnie dochody powyżej średniej. Budowana na bieżąco. Efekty z bazy są wysokie. Nadaje się do wszelkich działań w każdej branży.	
ID C06	TOP Marki	0,10	0,10	0,10	0,20		CC, SMS, email	TOP moda, uroda, kosmetyki, zdrowy styl życia	13	Konkursy w internecie	Baza głównie kobiety, zainteresowane modą, kosmetykami, zdrowym stylem życia. Nadaje się do komunikacji z kobietami dla firm posiadające markowe produkty.	
ID C07	Konkurs E	0,10	0,09	0,07	0,08	0,07	CC, SMS, email	Moda, kosmetyki, zakupy wysyłkowe. Młode, zamożne.	14	Konkursy w internecie	Baza osób zainteresowanych modą, markowymi ubraniami i perfumami, osoby kupujące wysyłkowo. Nadaje się do wszelkiej komunikacji dla firm posiadających młode osoby, statystycznie o średnim i wyższym dochodzie. Nadaje się do kampanii dobrych produktów i usług.	
ID C08	Konkurs N	1,20	1,22	0,70	0,70	0,62	CC, DM, SMS, email	Konkursy, bardzo młode osoby	12	Konkursy w internecie	Baza osób zainteresowanych modą, markowymi ubraniami i perfumami, osoby kupujące wysyłkowo, wyróżniają się opinie w internecie. Nadaje się do wszelkich kampanii bezpośrednich do młodych osób.	
ID C10	Matki	3,70	0,75	1,56	2,66	3,35	CC, DM, SMS, email	Matki z dziećmi. B. duża ilość informacji. Baza osobych relacji.	24	Ankiety osobiste	Ogólnopolska baza młodych matek, z którymi używane są b. dobre relacje. Możliwość że selekcji np. lokalizacja zawodowa, alergii w rodzinie. Precyzyjny dobór grupy docelowej. Wysokie efekty.	
ID C11	Konkurs L	1,20	1,20			0,10	DM, email	Klienci odzież, obuwia	8	Konkursy w internecie	Osoby biorące udział w konkursach internetowych modowych. Targetowanie: płeć wiek, lokalizacja. Dodatkowo: numer bud., adzuby	
ID C12	Spolecznosc	1,10	1,02				email	Baza Osób zamieszkujących opinie w internecie.	6	Spolecznosc na portalu www	Osoby z dużego portalu społecznościowego. Wyska konwersja przy kampaniach wizerunkowych, realizowanych za CPC (za click).	
ID C17	Ezoletyka - wdówki	1,13	1,13				email	Osoby zainteresowane wróżbami	1	Wdówki w internecie	Ogólnopolska e-mailowa baza Osób zainteresowanych wróżbami. Możliwość selekcji płeć, wiek, wykształcenia, zainteresowania, miejsce zamieszkania, zawód, posiadła dziecko, zwierzę. Nadaje się do promocji drogą mailową w dużych wolumenach różnych produktów i usług.	
ID C18	Eszeryta horoskopy	0,50	0,50				email	Zainteresowani horoskopami	1	Horoskopy w internecie	Ogólnopolska e-mailowa baza Osób zainteresowanych horoskopami. Selekcja: wiek, płeć, lokalizacja, zawód. Nadaje się do promocji drogą mailową różnych produktów i usług.	
ID C21	Opinie www	2,50	2,50	0,10	0,20	0,04	CC, DM, SMS, email	Moda, ubrania, perfumy, zakupy w email	7	Konkursy w internecie	Osoby zainteresowane modą, markowymi ubraniami i perfumami, osoby kupujące wysyłkowo, wyróżniają się opinie w internecie. Możliwość wszelkiej komunikacji.	
ID C22	Konkurs Hobby	1,26	1,26	0,40	1,70	1,00	email	Internet, ankiety on-line. Zbrane jest hobby	15	www, konkursy, off-line (punkty sprzedaży detalicznej/prasa/TV)	Osoby, które wypełniają ankiety on-line oraz biorą udział w konkursach. Zbrane jest hobby potencjalnego Klienta. Korzystając z tej informacji łatwiej poznać Klienta. Rekomendowano do Projektów CC oraz e-mail.	
ID C23	Milodnicy Krzyżówek	0,21	0,09	0,32	0,21		CC, DM, SMS	Prasa, krzyżówki.	9	Milodnicy krzyżówek	Osoby zainteresowane proszą lubiące rozwiązywać krzyżówki, biorące udział w konkursach. Nadaje się do kampanii CC, SMS i direct mail.	
ID C25	Lekarze	0,04	0,04		0,03		email	Lekarze opinii wg specjalizacji	4	Sympozja naukowe, Konferencje, Czasopisma	Głównie lekarze, ale też farmaceutyci, studenci medycyny, uczestnicy Konferencji i Sympozjów lekarskich, czerpiący publikacji fachowych. Baza z bardzo dobrymi relacjami przeznaczona jest do komunikacji mailowej. Osoby o stosunkowo wysokim potencjale zakupowym.	
ID C27	Zakupy w internecie	1,00	1,00	0,40	0,90		CC, SMS, email	Zakupy w internecie i w komunikacji bezpośredniej.	3	www konkursy	Baza Osób zainteresowane ofertami telekomunikacyjnymi, finansowymi, odzieżowymi, dot. sprzętu RTV/AGD	
ID C29	Loterie	1,90	1,20	1,40	1,40		DM, CC, SMS, email	Udział w konkursach i loteriach mobilnych oraz on-line.	20	www, konkursy, off-line (punkty sprzedaży detalicznej/prasa/TV)	Baza użytkowników internetu. Chętni do udziału w konkursach, loteriach mobilnych. Baza posiada 20 kryteriów wyboru, w tym data urodzenia, data ostatni, dodatkowa ilość wiek dzieci, pozycja zawodowa, częśc bazy zawiera poziom wynagrodzenia i dochód w gospodarstwie domowym.	
ID C30	Kierowcy	0,42		0,42	0,42		CC, SMS	Baza kierowców korzystających z aplikacji mobilnych.	9	Zakup aplikacji na urządzenie mobilne	Baza transakcyjna kierowców odpłatnie korzystających z aplikacji mobilnych. Powstała w 2011-2014 r. Szczegółowe informacje o urządzeniach kierowców. Zawiera tylko numery komórkowe z podz. na miasto i 3 kategorie dochodów. Dokonała sta. wysłtek SMS, dla branży motoryzacyjnej oraz multimedialnej.	
ID C31	Użytkownicy sprzętu multimedialnego	2,90	0,70	1,20	2,40	1,80	CC, DM, SMS, email	Zakupy w internecie oraz w sklepach.	19	Internet, transakcje handlowe	Klienci sprzętu multimedialnego w tym m.in. RTV, laptopy, tablety, smartfony, telefony GSM.	
ID C32	e-commerce 2 - ubrania i fryzjerka	2,65	0,11	2,66	2,87	2,65	CC, DM, SMS, email	zakupy w internecie, transakcje handlowe - wycieczki	7	Transakcje handlowe, internet	Baza transakcyjna zawiera dane Klientów którzy zamawiają przez Call Center i Internet ubrania oraz wycieczki (baza z przewagą kobiet, ale również za mężczyzn)	
ID C33	Moda i prenumeratory	6,30	0,50	6,30	6,30	0,00	CC, SMS, email	Pr numerata, młabiłni Klienci, zainteresowania	7	Transakcje handlowe w oparciu e wysyłki SMS, e-mail	Baza zawiera bardzo dużą liczbę numerów telefonów komórkowych. Klienci korzystający z prenumerat, osoby korzystające aktywnie z komunikacji mobilnej (z określonymi zainteresowaniami). Zawiera dużą ilość nowych rekordów.	
ID C34	e-commerce 3 - ubrania	1,90		0,18	2,08	1,90	CC, DM, SMS	zakupy w internecie, ubrania, wysoka aktualność	13	Transakcje handlowe, internet	Baza transakcyjna, zawiera dane Klientów zamawiających przez Call Center i internet ubrania i akcesoria. Baza wysoco aktualna.	
ID C35	Awra	0,002	0,001	0,002	0,002	0,002	CC, DM, SMS, email	Klienci Centrum handlowego	14	Ankiety w hipermark.	Baza konsumentów głównie z Olsztyna i okolicznych miast, którzy dokonują zakupów w hipermarketach. Średnie dochody powyżej średniej, budowana na bieżąco. Efekty z bazy są wysokie. Nadaje się do wszelkich działań w każdej branży.	
ID C36	Transakcyjna 1 one to one	3,91	3,86	1,54	5,08	3,86	DM, CC, SMS, email	Osoby dokonujące zakupu w sposób bezpośredni podczas prezentacji	12	Ankiety papierowe podczas prezentacji	Baza transakcyjna, każda osoba dokonała zakupu w sposób bezpośredni produktu do wyposażenia domu, mieszkania	
ID C37	Zakupy i płatności on-line	1,50	1,50	0,10	0,25		CC, SMS, email	Baza Klientów którzy dokonali różnych zakupów	16	Przy składaniu zamówień przez internet	Baza transakcyjna - osoby kupujące online za pośrednictwem systemu transakcyjnego. Szerokie możliwości targetowania zakupowego i behawioralnego.	
ID C38	Transakcyjna 3 - Moda, zdrowie, uroda	1,44	1,44				email	Aktywne kobiety w internecie	11	Przy składaniu zamówień przez internet	Baza kobieca (ok 95% to kobiety) zainteresowane modą, kosmetykami, domem, zdrowiem i urodą. Bardzo dobra reakcja bazy na treści kobiece i urodowe.	
ID C39	Transakcyjna 4 - Klienci e-commerce z dużych miast	0,30	0,30	0,05	0,10	0,25	CC, DM, SMS, email	Klienci z dużych miast dokonujący zakupów przez internet i sposób bezpośredni	13	Przy składaniu zamówień	Baza transakcyjna - osoby kupujące online i zamawiające produkty przez Operatorka pocztowego. Wzrastające możliwości targetowania	
ID C40	Transakcyjna 5 - Ekskluzywne wyjazdy zagraniczne	0,35	0,35				email	Kobiety; Zdrowie i Uroda	10	Przy składaniu zamówień i rejestracja na portalach	Baza transakcyjna osób często wyjeżdżających za granicę - wycieczki zorganizowane oraz kupujących bilety lotnicze. Średnio wartość zamówienia 3000 zł.	
ID C41	Transakcyjna 6 - Niezacomodni, mieszkania	0,13	0,13				e-mail	Klienci którzy kupili mieszkania i domy	7	Transakcje handlowe, internet	Baza osób kupujących, sprzedających i wynajmujących mieszkania. Bardzo wiarygodne dane dotyczące lokalizacji.	
ID C42	Transakcyjna 7 - Sprzedaż bezp. Prezentacje	0,50		0,15	0,15	0,50	CC, DM, SMS	Klienci dokonujący zakupów podczas prezentacji, spotkań.	9	Ankiety wypełnione podczas spotkań	Baza powstała podczas prezentacji produktów (koce, kocydki) oferowanych w sprzedaży bezpośredniej	
ID C43	Transakcyjna 8 - Osoby nowo pracu	0,28	0,28	0,19	0,19	0,24	CC, DM, SMS, email	Osoby aktywne na rynku pracy, Poszukujące i które rozpoczęły nową pracę.	15	portal internetowy	Osoby aktywne na rynku pracy	
ID C44	PL	3,30	2,80	3,30	3,30	2,60	DM, CC, SMS, email	Osoby poszukujące w internecie różnych produktów i usług	11	strony www i mailing	Baza profilowanych leadów, powstała w wyniku kampanii mailingowych. Osoby poszukujące w internecie różnych produktów i usług, które chętnie załączają swoje dane na landing page	

