

والتواصل بطرق ذات صلة مع العملاء والمحتملين، وكل ذلك من خلال قاعدة بيانات. يمكن تحقيق التسويق المباشر الناجح باستخدام أي تركيبة من الوسائط وقنوات التوزيع. فإن التسويق المباشر ليس وسيلة إعلامية، بل هو نهج شامل للتسويق والتعرف على احتياجات العملاء وخدمتهم. يشبه التسويق المباشر الإعلان من عدة نواحٍ. عند استخدامه بشكل صحيح، يمكن أن يعزز القيم العلامة التي يتم إنشاؤها والحفاظ عليها من خلال الإعلان. وكما هو الحال مع الإعلان، يختلف التسويق المباشر عن الترويج للمبيعات، الذي يُعتبر نفقات "تحت الخط" وقد يؤدي إلى تآكل القيم العلامة إذا تم استخدامه بشكل مفرط. كما هو الحال في التسويق المباشر، إدارة عملية البيع تعني فهم الاتفاق على أدوار ومهام فريق المبيعات، مثل البحث عن العملاء المحتملين