**#MoreLoveLessSpam, czyli raport DBMS dotyczący spamu**

**Zajmując się big data marketingiem spółka DBMS przetwarza i analizuje miliony danych, aby z jak najlepszym skutkiem dotrzeć do odbiorcy w kampaniach marketingowych. Na co dzień jej eksperci korzystają z kanałów SMS, e-mail czy social media, aby odnaleźć tych, którzy przejawiają zainteresowanie produktem lub usługą. Problem, na jaki napotykają od dłuższego czasu jest zjawisko spamu. Mało kto zastanawia się bowiem nad bilansem korzyści bardzo intensywnych bezpośrednich kampanii internetowych.**

Toteż, podejmując nierówną walkę z nawykami i przyzwyczajeniami marketerów zespół DBMS przygotował raport powstały w wyniku przeprowadzenia ankiet na temat postrzegania marki przez pryzmat SPAMU, który od niej otrzymuje. Badanie zostało wykonane w styczniu i lutym 2017 za pośrednictwem poczty elektronicznej oraz ankiet elektronicznych. W badaniu wzięło udział 5 500 osób.

Wyniki raportu można podsumować jednym stwierdzeniem: #morelovelessspam.

Raport do pobrania na blogu DBMS: [https://edbms.pl/more-love-less-spam/.](http://dbms.biuroprasowe.pl/word/?typ=epr&id=38189&hash=ce2e7b8ea719972b1a76488e0549beb1%20https://edbms.pl/more-love-less-spam/)