

DIFERENCIAS ENTRE UN VENDEDOR DE LISTAS Y UN LISTBROKER

COMO SE PRESENTA UNA LISTA

VENDEDOR	LISTBROKER
<ul style="list-style-type: none"> • PRO • PRO • PRO 	<ul style="list-style-type: none"> • PROS • CONTRAS



COMO SE ENCUADRA UNA LISTA

UN VENDEDOR	UN LISTBROKER
UNA SOLA ALTERNATIVA: <u>SU LISTA</u>	DIVERSAS ALTERNATIVAS: <u>PLANING LIST</u>

COMO SE VE UNA ACCION DE MARKETING

UN VENDEDOR	UN LISTBROKER
BUSCA LLEGAR ANTES QUE LA COMPETENCIA Y USAR LA BAZA DEL PRECIO Y LAS PROMESAS	<ul style="list-style-type: none"> ✓ TESTAR ✓ ANALIZAR ✓ REPUTACION ✓ VISION A 360º

OFERTA A CPL Y OFERTA A CPM

OFERTA CPL: SE PAGA POR CADA LEAD GENERADO. (cliente potencial que ha demostrado interés en la oferta)

OFERTA CPM: SE PAGA POR CADA MIL ENVIOS. IMPONE AL PROVEEDOR DE LA LISTA SER MAS ESCRUPULOSO EN LA ELECCION DEL TARGET PORQUE ESTA VALORADO SOBRE LA APERTURA Y LOS CLICS.

CONSECUENCIAS

LA LISTA SE USARA MUCHAS MAS VECES.

ENVIO A TARGET INCORRECTO. Un anciano puede recibir una oferta "running Nike" VARIAS veces al dia.

La inversión en imagen de marca desaparece por una acción CPL de un operador sin escrúpulos.

EL EFECTO SPAM SE EVITA