

Campagne Email Marketing:

Differenza tra CPL costo per lead, e CPM costo per ogni mille invii.

CPL: L'azienda inserzionista perde il controllo dell'uso e delle selezioni della lista, il venditore d'indirizzi ha tutto l'interesse ad usare massicciamente anche liste non esattamente in target.

CPM: Il fornitore delle liste viene valutato in base alle aperture, i click e la qualità dell'internauta reclutato. Questo significa selezionare per bene il target seguendo le istruzioni dell'azienda inserzionista.

L'immagine della marca: Nel caso di un invio a CPL il posizionamento e la reputazione della marca viene meno dato che è frequente comunicare a persone non in target. Questo non avviene quando si lavora a CPM e con liste con criteri di selezione precisi, trasparenti e coerenti con la comunicazione.