

Webpilots España S.L.

Especialistas en Marketing Online

Hola.

**Webpilots
España**



Sobre nosotros

Especialistas en Marketing Online

Más de 10 años como especialistas en **marketing online, comunicación digital y marketing directo** y más de 3 millones de usuarios activos avalan una larga trayectoria orientada siempre a obtener los mejores resultados.

Nuestra experiencia en generar productos de captación con incentivos específicos para cada tipo de usuario, nos han llevado a reforzar nuestro liderazgo en **España, Alemania y Portugal**.

Apoyamos y ayudamos a nuestros clientes en todo el proceso integral de **creación, diseño, difusión y optimización** de sus campañas.

Disponemos de herramientas propias para la gestión de **corregistros, patrocinios y cobranding**, que también se pueden poner a disposición de terceros.



Así está el patio...

Uno de los grandes **retos de cualquier página web**, sobre todo las relacionadas con el E-commerce, reside no solo en la generación de tráfico, si no también en la **generación de listas de prospectos afines a sus productos**, que acepten el recibir publicidad sobre los mismos.

En una situación ideal las listas deberían cumplir los siguientes requisitos:

- Volúmenes elevados en poco tiempo para generar masa crítica
- Alta calidad de los datos
- Bajo coste de adquisición



Nuestra Propuesta_

Patrocinios / Corregistros / Cobranding



Definiciones

Patrocinios

El **usuario acepta** en el propio proceso de registro de la página soporte **las condiciones de los patrocinadores.**

Ojo visibilidad.

¡Tendrás que validar tu Email para obtener tus Noches de Hotel!

Tratamiento * Señor Señora

Nombre * Apellidos *

Email * Teléfono *

C.Postal * Población * País de residencia *

Contraseña *

Tu contraseña debe contener al menos 6 caracteres (letras y números)

Declaro ser mayor de edad.

He leído y acepto las [Condiciones de uso](#) de "el Organizador" así como las de los [patrocinadores](#). Acepto de forma expresa que mis datos sean tratados para la gestión de la promoción. En todo caso podré ejercer mis derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición en los términos expuestos en las mencionadas Condiciones de uso.

(*) Campos obligatorios.

¡QUIERO VIAJAR BARATO!



Definiciones

Corregistros

El usuario elige los **anunciantes** de los que acepta a posteriori del proceso de registro en la página soporte.

	Quiero recibir información de DKV para proteger mi salud dental y la de los míos por menos de 6,5EUR/mes, niños gratis. Política de privacidad	<input type="checkbox"/> Si
	¿Quieres recibir las mejores ofertas de ocio y viajes en tu ciudad así como aprovechar hasta un -70% de descuento en tus mejores marcas? Política de privacidad	<input type="checkbox"/> Si
	HALLAZGOS DIARIOS SÓLO PARA TI Encontramos planes exclusivos al mejor precio. ¡APÚNTATE GRATIS! Términos y Condiciones	<input type="checkbox"/> No



Definiciones

Cobranding

Campaña conjunta realizada entre un anunciante y un soporte. El anunciante cede marca e incentivo y el soporte se encarga de la difusión. Se comparten costes.

¿NECESITAS UNA ESCAPADA?
HOTUSA TE REGALA 2 NOCHES DE HOTEL PARA DOS PERSONAS EN LA CIUDAD QUE ELIJAS.

Participa en este fantástico sorteo.
¡Viaja con Hotusa!

PARIS ROMA LONDRES PRAGA

HOTUSA
hotels

me gusta
Viajar contigo es el secreto del viaje.

Tratamiento * Señor Señora

Nombre * Apellidos *

Email * Teléfono *

C. Postal * Población * País de Residencia *

He leído y acepto la política de privacidad. * Campos Obligatorios

¡SÍ, NECESITO VACACIONES!



La unión hace la fuerza

Unamos sinergias

Ventajas:

- Capacidad de generación de listas masivas aprovechando el potencial de captación de diversos soportes.
- Reducción sustancial de los costes por registro.
- Reducción de costes de recursos internos dedicados a la captación.
- Modulación de la afinidad requerida a través de la elección adecuada del tipo de captación.



¿Cómo lo haremos?

Los peligros del camino

Puntos a tener en cuenta para una captación exitosa:

1. Segmentación: definir el target adecuadamente y no aceptar más que registros que cumplan nuestros requisitos
2. Capping: definir volúmenes de test por cada uno de los soportes
3. Calidad del soporte: Validar cada uno de los soportes y verificar su forma de captación y su adecuación a normativas (no opt-out)
4. Evitar soportes incentivados o realizar test pequeños
5. Buscar páginas soporte afines o generalistas, sobre todo en patrocinios.
6. Filtrar duplicados de forma previa a la inserción en nuestra base de datos
7. Solicitar el filtrado de “bad mails” previo a la inserción
8. Evitar que nuestra oferta se muestre a usuarios ya registrados
9. Solicitar total transparencia a soportes o agencias
10. Evaluar la utilización de sistema doble opt-in y validación telefónica
11. Mantener el control sobre la campaña



¿Que hago después?

Validación y enriquecimiento del dato

Cuanto menor haya sido la visibilidad de la marca en el proceso, mayor esfuerzo de validación se requiere.

1. Enviar inmediatamente un mail de validación del registros (Doble Opt-In)
2. Definir diferentes estrategias (ofertas agresivas, asuntos nuevos) para ir convirtiendo al máximo de usuarios
3. Enriquecer la base de datos con informaciones adicionales que puedan ser importantes para nuestro sector y que no se pudieron recoger en el propio registro. Encuestas específicas, a ser posible incentivadas, o bien enriquecimiento por comportamiento
4. Comparar en los primeros días las diferentes tasas de conversión a Doble Opt-In de los diferentes soportes, para detectar baja calidad o falta de afinidad



¿Cómo lo haremos?

Recomendaciones Generales:

1. Ponte en manos de un especialista (o conviértete en uno): Es importante tener un buen conocimiento de los soportes que ofrecen patrocinios y corre registros, no es oro todo lo que reluce y te puedes encontrar con datos de “segunda mano” u otras “sorpresas”
2. Trabaja con herramientas profesionales: Te encontrarás con un volumen muy importante de datos que tendrás que poder gestionar de una forma eficaz. Es importante tener un filtro entre los registros y tu base de datos.
3. Ayuda a los diferentes soportes a optimizar y automatizar las campañas, si tu código está insertado, tendrás flexibilidad para modificar contenidos y no dependerás de los recursos técnicos del soporte. Controlarás costes y accederás a nuevos soportes
4. De nuevo: mantén el control



Cerrando el Circulo

Monetización de la Captación

Si nos decantamos por realizar una campaña de cobranding, existe la posibilidad de monetizar la misma:

Busquemos patrocinadores y correlistas afines, ellos se beneficiarán de la calidad de los datos y nosotros tendremos una reducción de costes adicional

Este tipo de campañas tienen la ventaja que suelen tener buena posibilidad de difusión, ya que la base es nueva, y la afinidad de las patrocinadores puede llegar a ser muy alta.



Webpilots España S.L.

Especialistas en Marketing Online

¡Gracias!

+34 93 396 85 05

elubinski@webpilots.com

Webpilots
España

