

differenza tra Re marketing e Re targeting

Il re-marketing e il re-targeting sono due tecniche di marketing digitale utilizzate per raggiungere gli utenti che hanno già interagito con un'azienda o con il suo sito web.

Il re-marketing si concentra sulla promozione di prodotti o servizi specifici a utenti che hanno già visitato il sito web dell'azienda ma non hanno ancora effettuato un acquisto o un'azione desiderata. Ad esempio, un'azienda che vende scarpe online potrebbe utilizzare il re-marketing per mostrare annunci a utenti che hanno visitato la pagina delle scarpe ma non hanno ancora effettuato un acquisto. Gli annunci di re-marketing possono essere visualizzati su altri siti web o su piattaforme di social media.

Il re-targeting, d'altra parte, si concentra sulla promozione di annunci specifici a utenti che hanno già interagito con l'azienda o il suo sito web in modo più ampio. Ad esempio, un'azienda che vende abbigliamento online potrebbe utilizzare il re-targeting per mostrare annunci a utenti che hanno visitato il suo sito web in generale ma non hanno ancora effettuato un acquisto. Gli annunci di re-targeting possono essere visualizzati su altri siti web o su piattaforme di social media.

In sintesi, la principale differenza tra re-marketing e re-targeting è che il re-marketing si concentra su prodotti o servizi specifici che gli utenti hanno già visualizzato sul sito web dell'azienda, mentre il re-targeting si concentra su utenti che hanno già interagito con l'azienda o il suo sito web in generale. Entrambe le tecniche di marketing digitale sono utilizzate per raggiungere gli utenti che hanno già dimostrato un interesse nell'azienda e migliorare il tasso di conversione.