

## **Tendencias en marketing de bases de datos 2021: 'el mercado va a dejar el volumen para ir a contacto'**

### **Francisco Cano y Alberto Bastida, fundadores de la empresa Kapta ListBroking**

¿Cuáles serán las tendencias en el sector del marketing de bases de datos en 2021? La compañía española Kapta ListBroking lleva 14 años desarrollando consultoría de marketing estratégico para todo tipo de campañas de marketing directo. Francisco Cano, cofundador de la empresa y director de Desarrollo de Negocio, desvela cuáles serán los puntos clave de cara a este año.

#### Términos que serán tendencia en 2021

"En 2021 cobrarán protagonismo los términos correregistro y sponsoring", señala Francisco Cano. El correregistro es una modalidad de captación, para determinadas campañas, que buscan usuarios interesados en sus productos/marcas. Una vez el usuario a rellenado los campos requeridos y se guarda su registro le empiezan a aparecer los correregistros, en ellos puede ver otras marcas con los productos ofertados, en caso de estar interesado hace clic, en afirmativo, y según las condiciones de uso, el usuario pasa a formar parte de la BBDD de la marca, ya que se ha mostrado interesado. "Creamos una campaña atractiva para captar el interés de los potenciales clientes y guiarlos en el proceso de registro".

Por otro lado, será tendencia también el co-sponsoring o patrocinio, esta modalidad da la posibilidad de conseguir un gran volumen de bases de datos, más económicos que el correregistro, con una generación constante, que permite tener registros diariamente y a su vez segmentados por sexo, edad, zona geográfica, etc.

#### Registros fríos versus registros calientes

Por otro lado, una tendencia que todos los marketeros deben monitorizar es la de trabajar con registros calientes. Si, por ejemplo, el usuario indica en un cuestionario que le interesa el montañismo, a partir de ese momento se le envían comunicaciones referidas a productos y marcas relacionados con esa actividad.

Así, el registro se va templando a través de variables que permiten determinar cuáles de los inscritos son más receptivos a las comunicaciones de venta de ciertas marcas, ya sea porque han manifestado su interés por ellas de forma explícita o por los productos que ésta desea promocionar.

"Los registros fríos se van templando con las diferentes variables de segmentación que proporciona el usuario hasta llegar al registro caliente que ofrecemos a las empresas, y que podríamos denominar "marketing a la carta", que culmina con la generación del lead", explica Francisco Cano.

Estos registros calientes pueden tener un coste promedio de 1-7€/registro mientras que los registros fríos rondan los 0,2€/registro. La pregunta es: ¿las empresas seguirán apostando por cantidad o lo

harán por la calidad? Francisco Cano lo tiene claro: "El mercado va a dejar el volumen para ir a contacto", acortando de esa manera su funnel de ventas y disminuyendo costes en otras fases del proceso de captación de leads.

#### Acerca del list broking

El list broking es un servicio de consultoría de marketing especializado consistente en seleccionar la mejor base de datos para cada proyecto, teniendo en cuenta las particularidades del público objetivo, del producto/servicio que se desee promocionar y los objetivos planteados.

El cliente recibe una base de datos con registros de contactos, que puede incluir variables geográficas, demográficas o específicas del sector en el que operan.

#### Acerca de Kapta ListBroking

Kapta se dedica a seleccionar los mejores proveedores de bases de datos atendiendo a criterios de calidad como la forma en que se han obtenido los registros, si se actualizan a menudo los datos, o si la segmentación es suficientemente precisa.

#### **Datos de contacto:**

Laura Blanco

Contacto de prensa

650309126

Nota de prensa publicada en: [Pozuelo de Alarcón](#)

Categorías: [Nacional](#) [Comunicación](#) [Marketing](#) [E-Commerce](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>