

Le aziende sono più attente al numero dei visitatori unici provenienti dalle loro inserzioni pubblicitarie o al numero totale dei visitatori generati da una campagna CPM?

Dipende dall'azienda. Io, personalmente, considererei il numero dei visitatori unici ai fini della copertura del mercato e poi il numero totale delle visite ai fini della saturazione del mercato.

[Fai una domanda - Ottieni una risposta](#)