



MARKETING DIRECTO

Aunque el marketing por email sigue siendo una parte central del marketing directo, su tasa de respuesta suele ser mucho menor que la del correo postal o SMS cuando no está personalizado.

Referencia:

Linder, Jannik. (2025). Estadísticas de la industria de marketing directo. Itnux.
Recuperado de: <https://gitnux.org/direct-marketing-industry-statistics/>