Утром включил ПК и первым делом увидел рекламу конкурса диллингового центра.
«Новый конкурс трейдеров!!! Супер призы!!!
Компания Finlot-TD совместно с Boston Merchant Financial
проводит конкурс трейдеров «BMF-summer». с 21.05.2009г. по 26.06.2009г.
Не упустите свой шанс! Призовой Фонд $3500
Первое место – 1000$, Второе место – 750$, Третье место – 500$....»
Итак, представьте себе, что вы владелец казино, ой!, простите, диллингового центра. Так как казино, ой, снова простите, диллингов развелось немеренно, то вам приходится выдерживать конкуренцию, попробуйте, например, перебить в яндексе или google рекламу ДЦ Альпари (Alpari), Броко (Broco - brocompany), FIBO Group, Форекс Центр от Saxo Bank, ДЦ Forex Club, teletrade и так далее.
Я напоминаю, что все счета своих клиентов диллинг автоматически считает своим доходом и это верно и верно потому, что статистически это только вопрос времени. Пару тройку ребят (на тысячу лузеров), которые умудряются обманывать даже время, диллинг легко заставляет уйти.
Итак цели конкурса:
1. Привлечь внимание трейдера к самому диллингу (чтобы он открыл счет и пополнил его денежкой).
2. Заставить трейдера торговать, превышая все мыслимые и немыслимые правила мани менеджмента, ведь призы то за победу дают самые большие – это, кстати, как раз и станет гарантией быстрого слива в дальнейшем.
3. Техобслуга диллинга в это время также имеет шанс реально подготовиться к новым стратегиям талантливых трейдеров и продумать, как с этим бороться в режиме реального времени. Благо все возможности у диллингов для этого имеются.
Все эти пункты одинаково важны для ДЦ в работе с трейдером.
Вопрос - **почему не все мыши лезут за сыром в мышеловку?** Они что, **научились думать или это инстинкт?**
profit2006
мои статьи бесплатно в рассылке на http://profi4x.com