|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Título componente** | **Acordeón** | |
| **Título** |  | |
| **Texto descriptivo** | En el *marketing* digital existen al menos dos tipos de conversiones: | |
| **Título** | **Texto** | **Imagen de referencia (opcional)** |
| Conversiones micro | Este tipo de conversiones están asociadas a acciones que realiza un usuario, que tienen un interés secundario para nuestros objetivos principales, por ejemplo, permanecer en cierta página durante cierto tiempo, hacer clic en un botón, etc. |  |
| Conversiones macro | Las conversiones macro son aquellas que están asociadas a nuestros objetivos principales, por ejemplo, venta realizada, suscripción a *newsletter*, envío de formulario de contacto, etc. |  |