

# "Análisis de Crecimiento de Comunidad, Contenido Efectivo e Interacciones"

Enero - Febrero - Marzo





Instagram @BocaVoley



Seguidores totales

75.602

Engagement (%)

3,54

Seguidores ganados

1.602

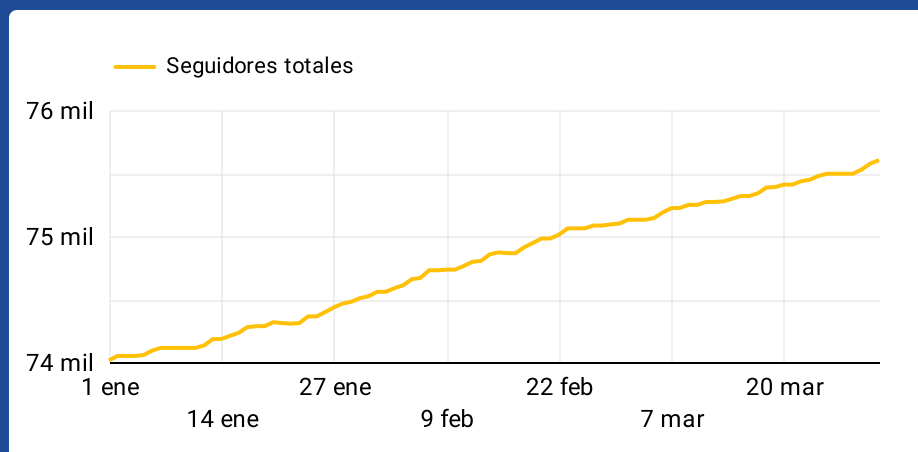
Alcance

10,6 mil

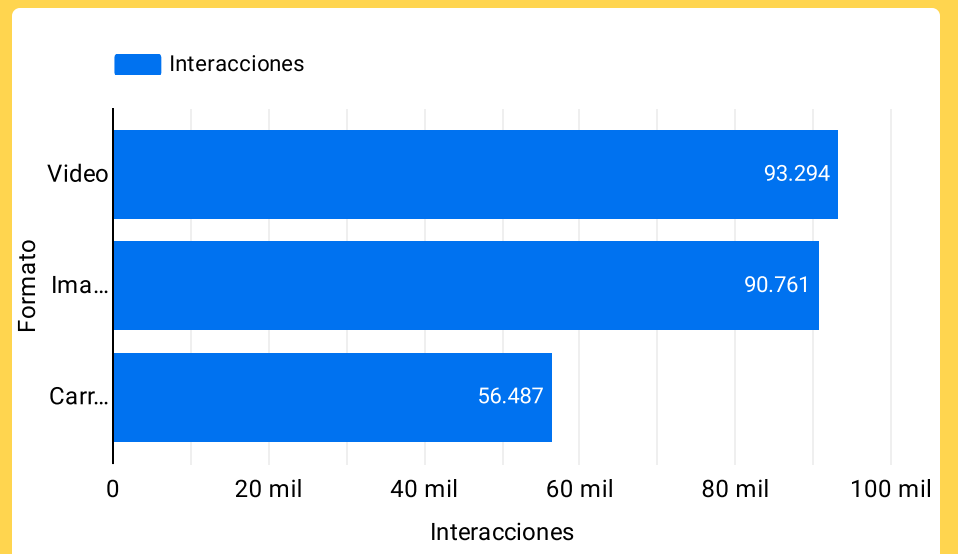
Mes



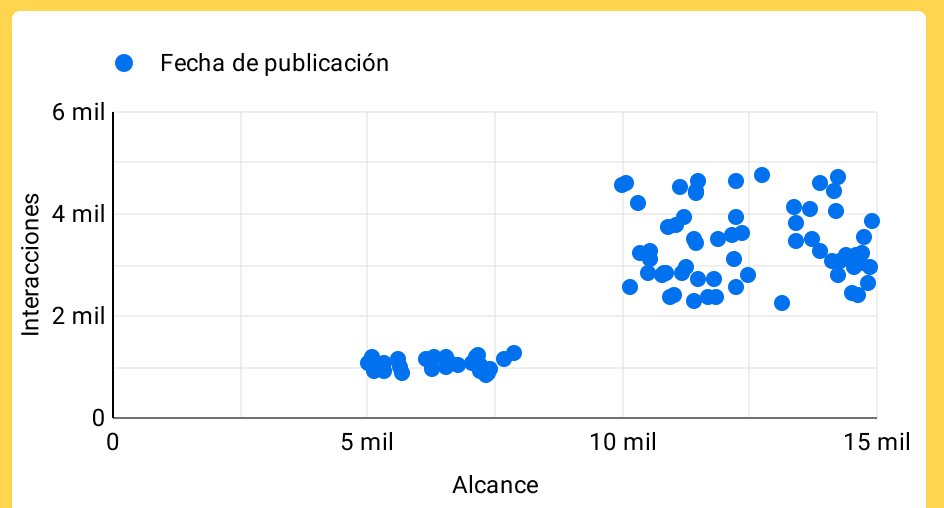
### Evolución de seguidores



### Interacciones por Formato



### Distribución de Alcance por Interacciones



### Publicación con más interacciones



4537



40



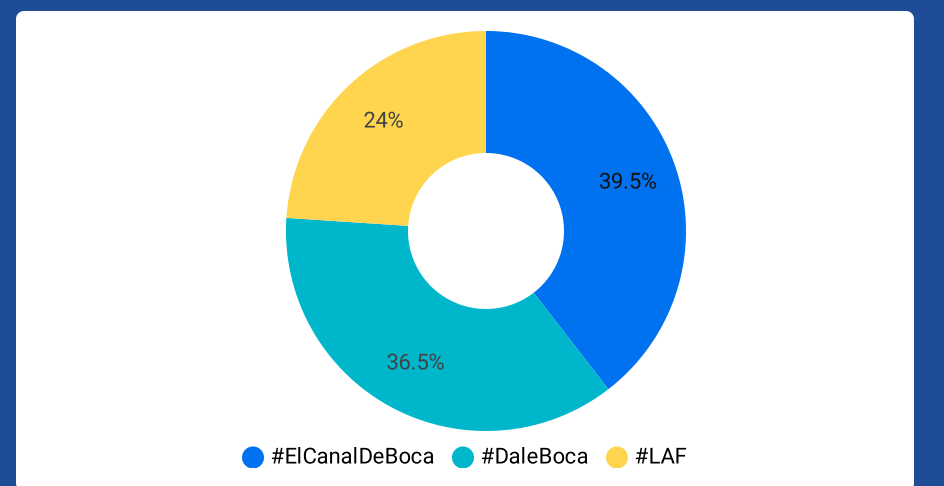
51



98

"FIN.... Se termino otra liga mas, LA ÚLTIMA. Agradecido de haber podido vivir cada momento de los que pase como jugador."

### Hashtags y Alcance





Seguidores totales  
2.109

Engagement  
29,26

Alcance  
26.036

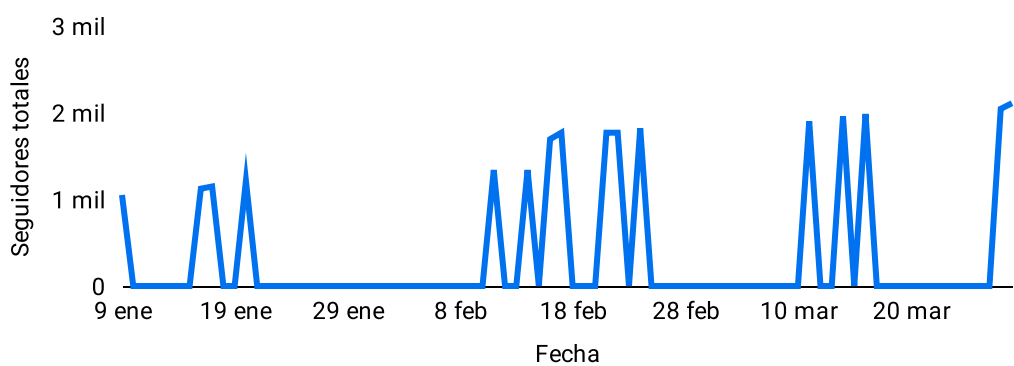
Me gusta  
9.487

Play  
84.472

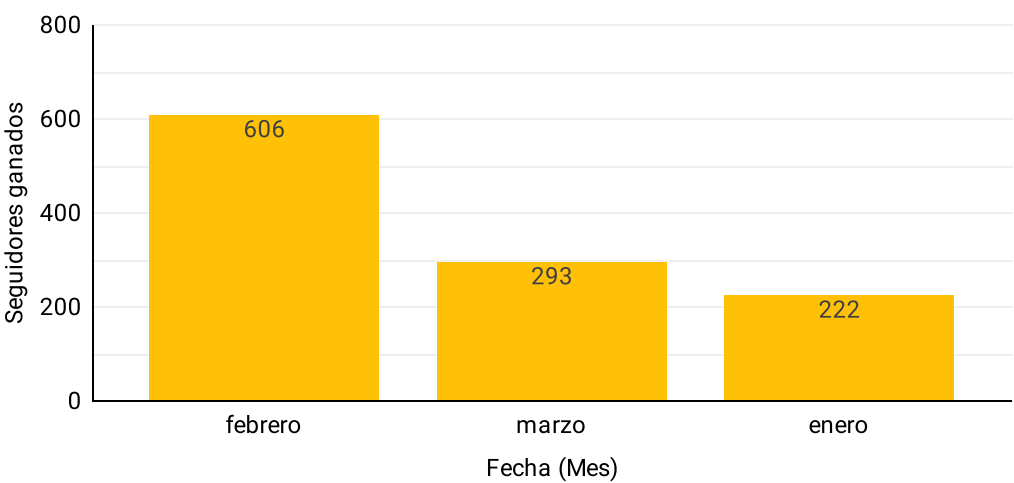
Comentarios  
21

Selecciona un periodo

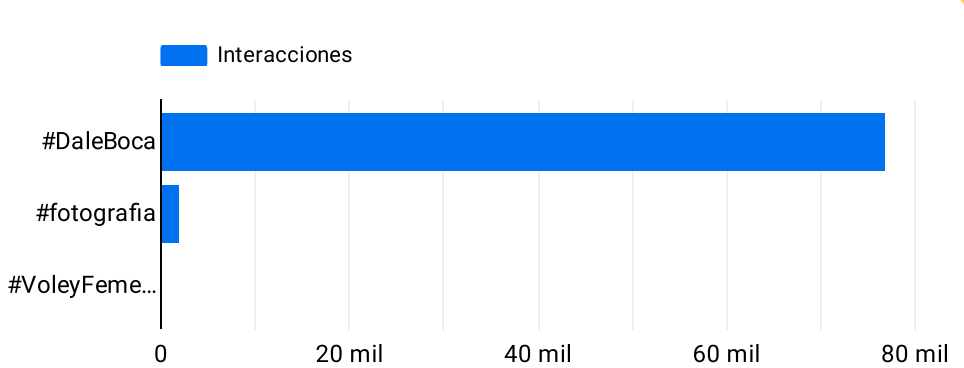
Evolución de seguidores



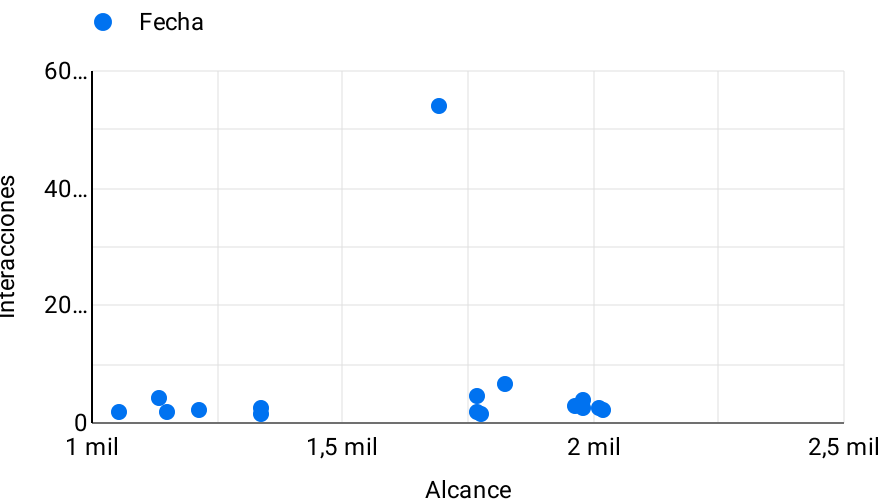
Seguidores ganados



Interacciones por Hashtags



Distribución de alcance por Interacciones



Publicación con maá interacciones



"Así se vive un Superclásico 💪  
🌟🔵🟡🔵  
#DaleBoca #LAF  
#23voleyfemenino  
#cabj"

47 k



6642



5



98



50

Mes ▾

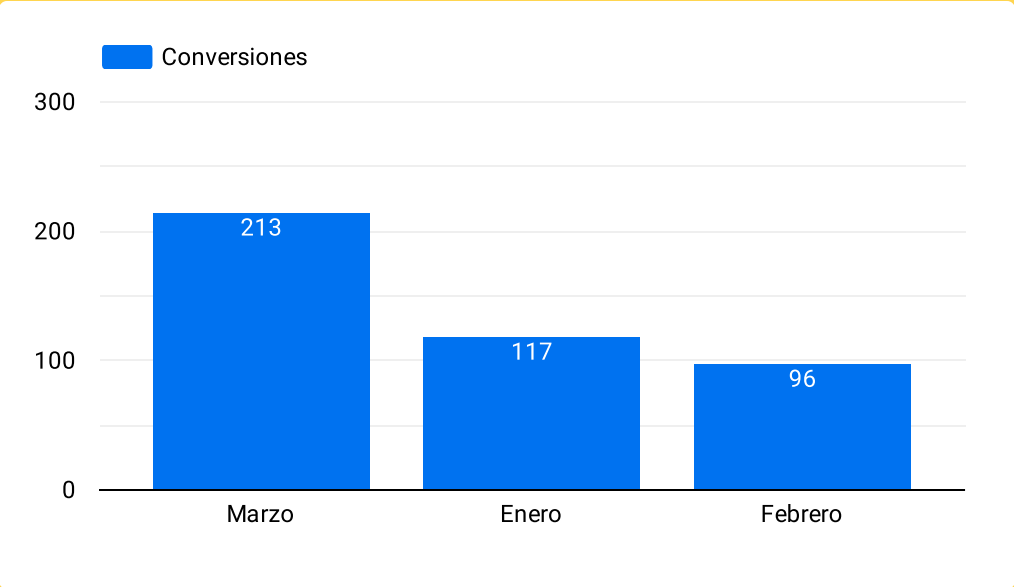
Sesiones  
23.542

Conversiones  
426

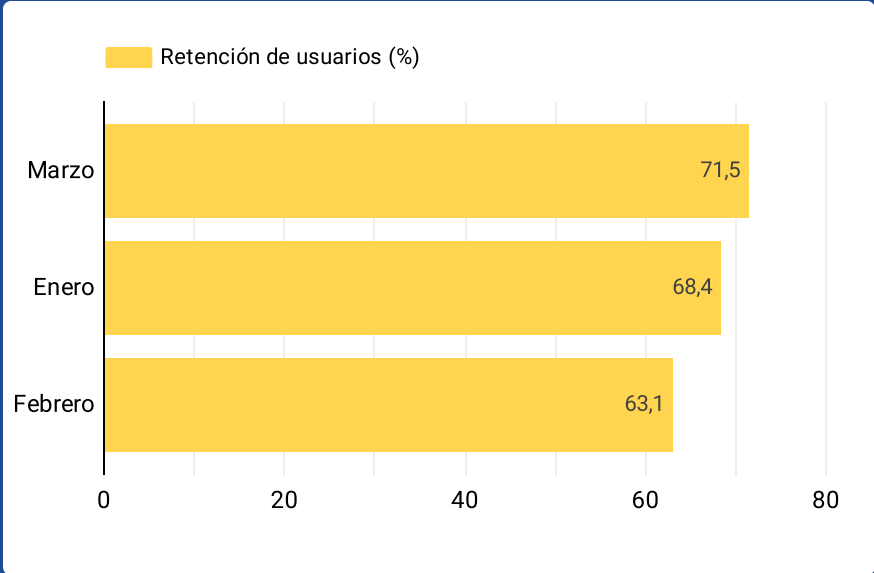
Tasa de rebote (%)  
23,37

Duración media de sesión (min)  
4,73

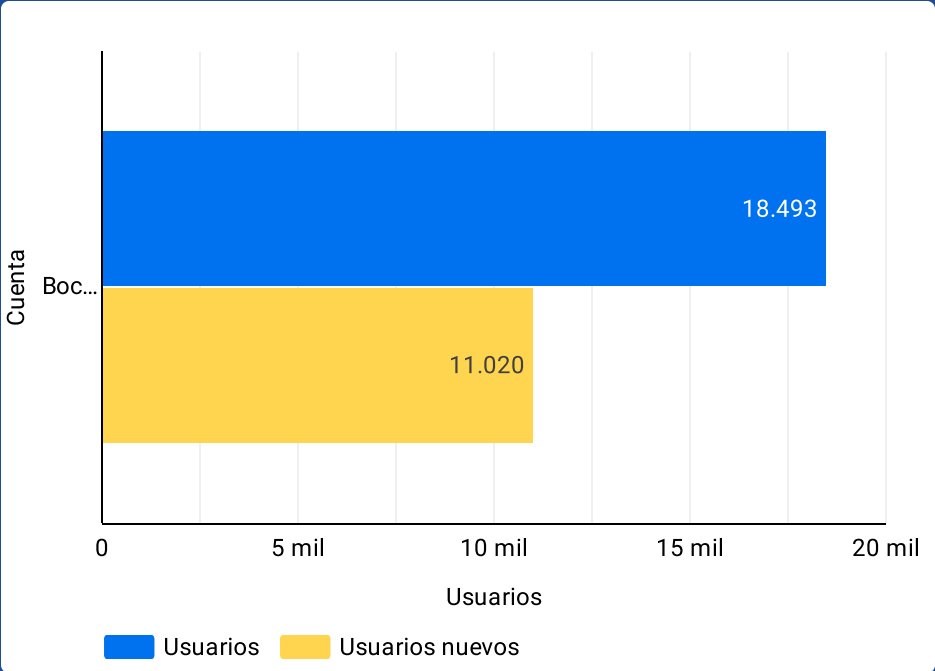
Conversiones por Mes



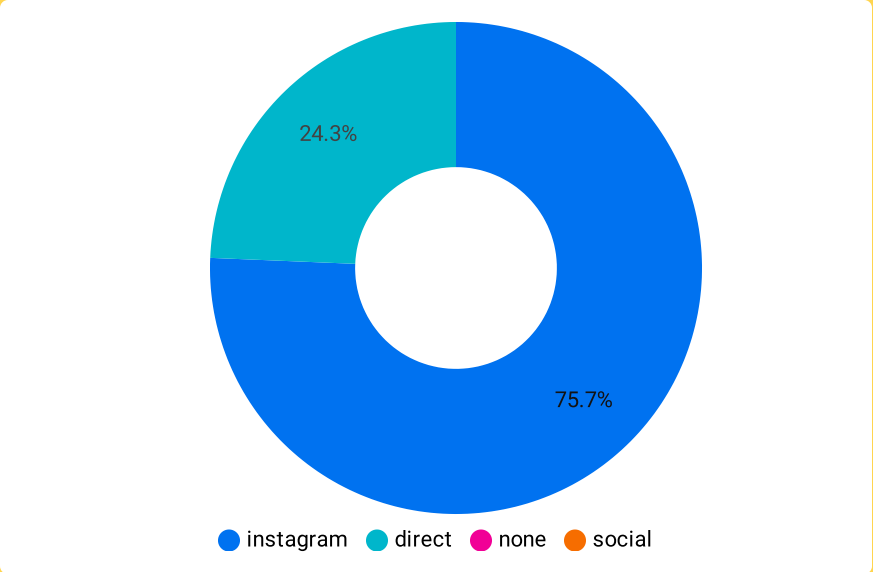
Retención de usuarios (%) por Mes



Usuarios y Usuarios nuevos por Cuenta



Fuente de tráfico principal por Sesiones



Impresiones

543.000

Clics

30.110

CPC (\$)

305,1

CTR (%)

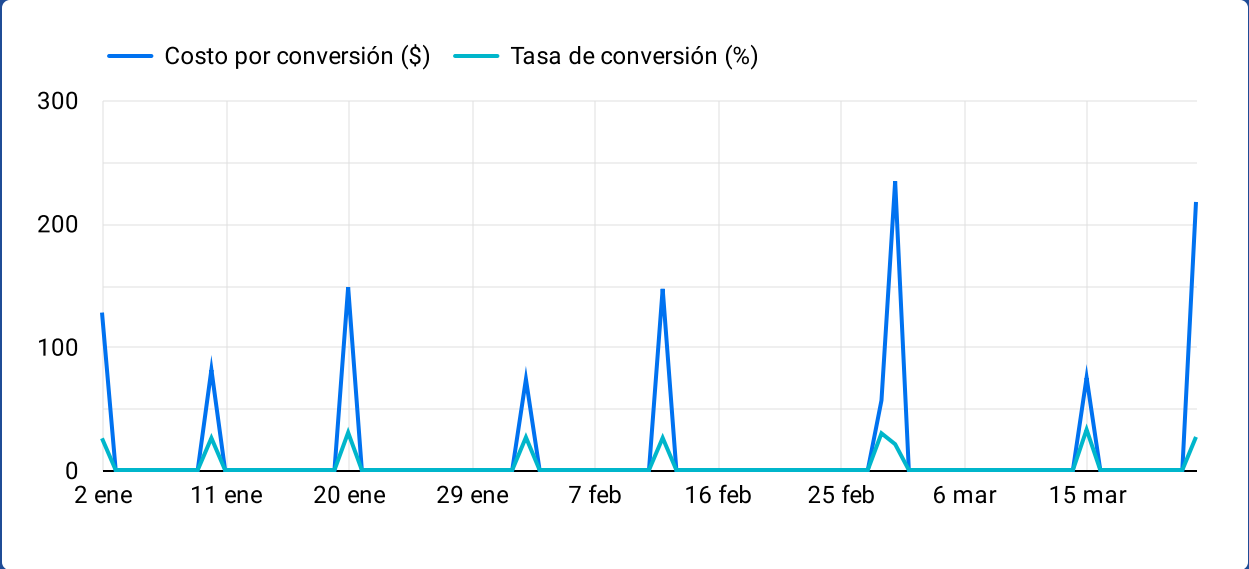
48,74

Costo Total (\$)

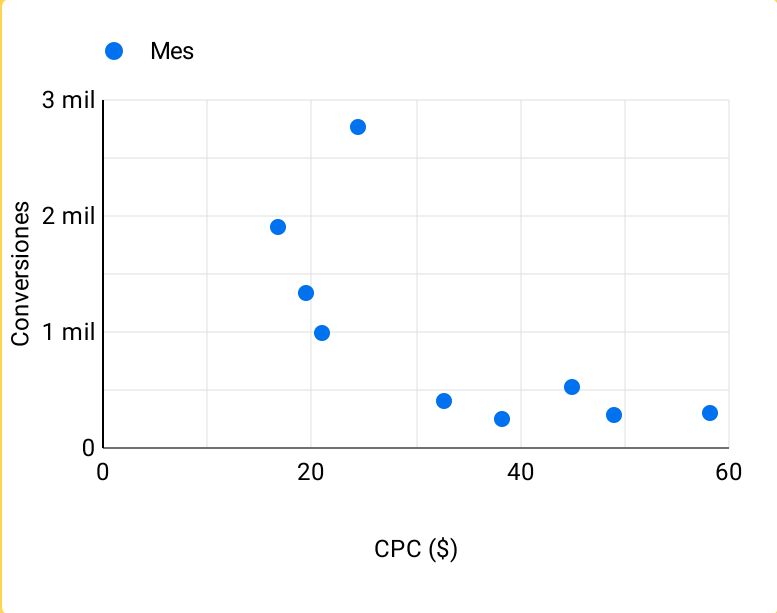
780.493

Mes

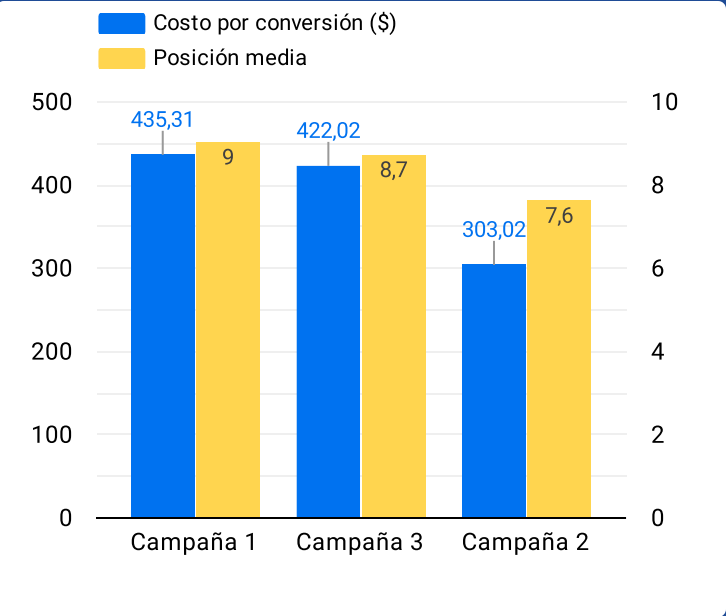
Costo por conversión (\$) y Tasa de conversión (%) a lo largo del tiempo



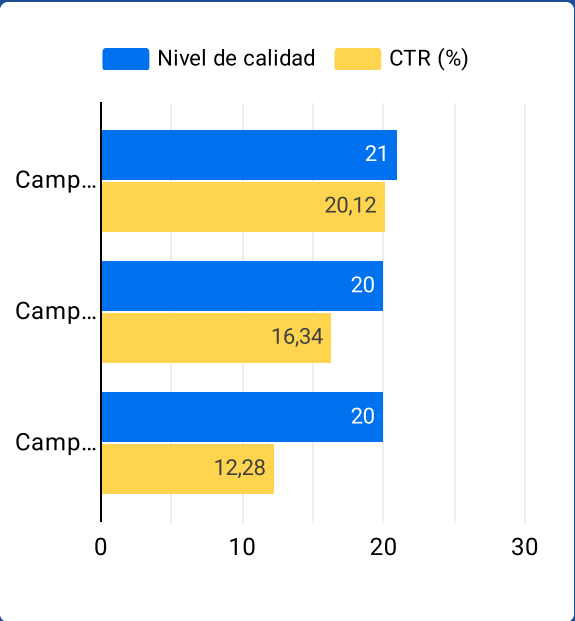
Distribución de CPC (\$) por Conversiones



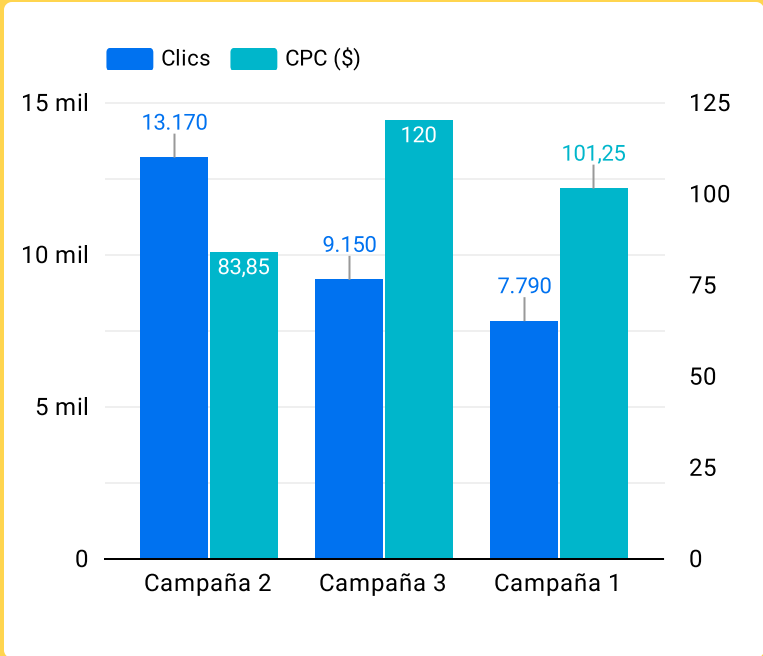
Costo por conversión y Posición media



Nivel de calidad y CTR



Clics y CPC (\$) por Campaña



- El contenido emocional y humano (jugadores, momentos del partido) es el más efectivo en redes sociales.
- Instagram es el canal principal de tráfico web.
- Aprovechar más TikTok y complementar la estrategia visual.

- Marzo fue el mejor mes en conversiones en todas las plataformas.
- Google Ads tiene buen CTR, pero requiere optimización para que las campañas sean rentables