

INFORME DE CAMPAÑA DE MARKETING

Campaña: definición sistemática recontextualizado

Período: Q4 1971

Responsable: Pablo Lucas Amador

MÉTRICAS CLAVE

Inversión total:	47,331€
Impresiones:	482,319
Clicks:	14,783
CTR:	4.36%
Conversiones:	4,515
Coste por conversión:	30.64€
ROI:	298.4%

CONCLUSIONES

La campaña ha superado las expectativas iniciales en un 46%.

El canal con mejor rendimiento ha sido Facebook.

Se recomienda aumentar la inversión en influencers para el próximo trimestre.