

# INFORME DE CAMPAÑA DE MARKETING

Campaña: User-friendly clear-thinking success

Período: Q4 2010

Responsable: Ing. Vicente Bahena

## MÉTRICAS CLAVE

|                       |         |
|-----------------------|---------|
| Inversión total:      | 45,651€ |
| Impresiones:          | 536,440 |
| Clicks:               | 9,953   |
| CTR:                  | 3.02%   |
| Conversiones:         | 3,166   |
| Coste por conversión: | 18.64€  |
| ROI:                  | 203.6%  |

## CONCLUSIONES

La campaña ha superado las expectativas iniciales en un 15%.

El canal con mejor rendimiento ha sido Google Ads.

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