

INFORME DE CAMPAÑA DE MARKETING

Campaña: Function-based attitude-oriented concept

Período: Q3 2004

Responsable: Caridad Adalberto Barrera Nieves

MÉTRICAS CLAVE

Inversión total:	34,060€
Impresiones:	482,187
Clicks:	40,933
CTR:	2.17%
Conversiones:	708
Coste por conversión:	41.30€
ROI:	191.3%

CONCLUSIONES

La campaña ha superado las expectativas iniciales en un 16%.

El canal con mejor rendimiento ha sido Google Ads.

Se recomienda aumentar la inversión en paid media para el próximo trimestre.