

INFORME DE CAMPAÑA DE MARKETING

Campaña: Future-proofed eco-centric hierarchy

Período: Q1 1979

Responsable: Chema Dueñas

MÉTRICAS CLAVE

Inversión total:	40,537€
Impresiones:	354,009
Clicks:	13,900
CTR:	4.59%
Conversiones:	2,498
Coste por conversión:	42.93€
ROI:	181.6%

CONCLUSIONES

La campaña ha superado las expectativas iniciales en un 44%.

El canal con mejor rendimiento ha sido LinkedIn.

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