

# INFORME DE CAMPAÑA DE MARKETING

Campaña: enfoque móvil enfocado a la calidad

Período: Q2 1978

Responsable: Ágata Angelina Blanco Valle

## MÉTRICAS CLAVE

Inversión total:	27,257€
Impresiones:	181,560
Clicks:	7,993
CTR:	3.30%
Conversiones:	768
Coste por conversión:	37.76€
ROI:	154.9%

## CONCLUSIONES

La campaña ha superado las expectativas iniciales en un 36%.

El canal con mejor rendimiento ha sido LinkedIn.

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