

INFORME DE CAMPAÑA DE MARKETING

Campaña: Face-to-face 24/7 success

Período: Q1 1986

Responsable: Reinaldo de Bravo

MÉTRICAS CLAVE

Inversión total:	16,776€
Impresiones:	710,042
Clicks:	49,492
CTR:	4.20%
Conversiones:	869
Coste por conversión:	41.27€
ROI:	237.6%

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 contenido para el próximo trimestre.