

# INFORME DE CAMPAÑA DE MARKETING

Campaña: Optional 24hour archive

Período: Q4 1973

Responsable: Sandalio Iglesia Osorio

## MÉTRICAS CLAVE

Inversión total:	29,934€
Impresiones:	656,467
Clicks:	8,151
CTR:	2.16%
Conversiones:	2,594
Coste por conversión:	16.98€
ROI:	213.9%

## CONCLUSIONES

La campaña ha superado las expectativas iniciales en un 11%.

El canal con mejor rendimiento ha sido Facebook.

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