

INFORME DE CAMPAÑA DE MARKETING

Campaña: hardware dedicada distribuido

Período: Q4 2001

Responsable: Adelina Rincón Llanos

MÉTRICAS CLAVE

Inversión total:	21,962€
Impresiones:	175,326
Clicks:	5,068
CTR:	3.35%
Conversiones:	4,778
Coste por conversión:	9.52€
ROI:	227.5%

CONCLUSIONES

La campaña ha superado las expectativas iniciales en un 39%.

El canal con mejor rendimiento ha sido LinkedIn.

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