

INFORME DE CAMPAÑA DE MARKETING

Campaña: Future-proofed interactive hierarchy

Período: Q3 2014

Responsable: Dr. Aldonza Porras

MÉTRICAS CLAVE

Inversión total:	8,892€
Impresiones:	707,943
Clicks:	31,493
CTR:	3.82%
Conversiones:	3,485
Coste por conversión:	21.09€
ROI:	228.2%

CONCLUSIONES

La campaña ha superado las expectativas iniciales en un 31%.

El canal con mejor rendimiento ha sido Instagram.

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