

INFORME DE CAMPAÑA DE MARKETING

Campaña: Vision-oriented regional secured line

Período: Q1 2021

Responsable: Ceferino Pulido Alsina

MÉTRICAS CLAVE

Inversión total:	12,237€
Impresiones:	783,742
Clicks:	16,213
CTR:	1.01%
Conversiones:	3,909
Coste por conversión:	15.05€
ROI:	290.6%

CONCLUSIONES

La campaña ha superado las expectativas iniciales en un 17%.

El canal con mejor rendimiento ha sido LinkedIn.

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