

INFORME DE CAMPAÑA DE MARKETING

Campaña: Horizontal optimal open system

Período: Q4 1991

Responsable: Raimundo Delgado Quero

MÉTRICAS CLAVE

Inversión total:	16,373€
Impresiones:	555,270
Clicks:	22,849
CTR:	3.25%
Conversiones:	2,851
Coste por conversión:	33.74€
ROI:	298.8%

CONCLUSIONES

La campaña ha superado las expectativas iniciales en un 47%.

El canal con mejor rendimiento ha sido LinkedIn.

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