

**Metrix**  
Sales & Brand Solutions

**Marketing Digital**  
Caja Los Andes



**REPORTE:**

01 DE OCTUBRE - 28 DE NOVIEMBRE



Google Ads

Esperado versus Real



ÍNDICE



Facebook

Esperado versus Real



REPORTE: 01 DE OCTUBRE - 28 DE NOVIEMBRE

**GOOGLE ADS**





## ¿Cómo se han comportado la **Campaña de Google Ads?**

- Campaña de Search: rendimiento por mes

Mes	Clics	Impresiones	CTR	Promedio CPC	Costo	Conversiones	Costo/ conversión	Porcentaje de conversión
OCTUBRE	58,257	135,815	42.89%	\$14	\$815,063	96.03	\$8,488	0.16%
NOVIEMBRE	19,786	58,666	33.73%	\$38	\$751,790	66.54	\$11,298	0.34%
<b>TOTAL</b>	<b>78,043</b>	<b>194,481</b>	<b>40.13 %</b>	<b>\$26</b>	<b>\$1,566,853</b>	<b>162.57</b>	<b>\$19,786</b>	<b>0.21 %</b>



## Mejor anuncio

### Combinaciones de anuncios de búsqueda responsivos

Su anuncio tiene 33844 impresiones durante el período seleccionado. En algunos formatos, también se podrían producir reducciones.

Anuncio · www.cajalosandes.cl

#### Ideas para Emprender en Chile | Chilenos Emprendedores

Sergio Lagos entrevistará a connotados emprendedores que han revolucionado el mercado. Convenio con universidades, institutos profesionales y centros de formación técnica.

5,257 impresiones (16 %)

Anuncio · www.cajalosandes.cl

#### Ideas para Emprender en Chile | Proyectos de Emprendimiento

Sergio Lagos entrevistará a connotados emprendedores que han revolucionado el mercado. Convenio con universidades, institutos profesionales y centros de formación técnica.

2,747 impresiones (8 %)

Anuncio · www.cajalosandes.cl

#### Chilenos Emprendedores | Ideas para Emprender en Chile

Sergio Lagos entrevistará a connotados emprendedores que han revolucionado el mercado. Convenio con universidades, institutos profesionales y centros de formación técnica.

Anuncio · www.cajalosandes.cl

#### Proyectos de Emprendimiento | Chilenos Emprendedores

Sergio Lagos entrevistará a connotados emprendedores que han revolucionado el mercado. Convenio con universidades, institutos profesionales y centros de formación técnica.

### Consideraciones:

- La campaña de Search tuvo mejor rendimiento en sus anuncios de búsqueda responsivos y éstos son las combinaciones que tuvieron mejores resultados.





REPORTE: 01 DE OCTUBRE - 28 DE NOVIEMBRE

# Esperado vs. Real



Comportamiento de lo esperado versus lo real:

**Fechas: Desde 01 de Octubre hasta 28 de Noviembre**

Campaña	Comparativa	Formato	Impresiones	Clics	CPC	CTR
<b>Café Social</b>	<b>Real</b>	Google Ads	113,600	42,508	\$28	37%
	<b>Esperado</b>	Google Ads	97,601	4,997	\$241	5%





REPORTE: 01 DE OCTUBRE - 28 DE NOVIEMBRE



**FACEBOOK**



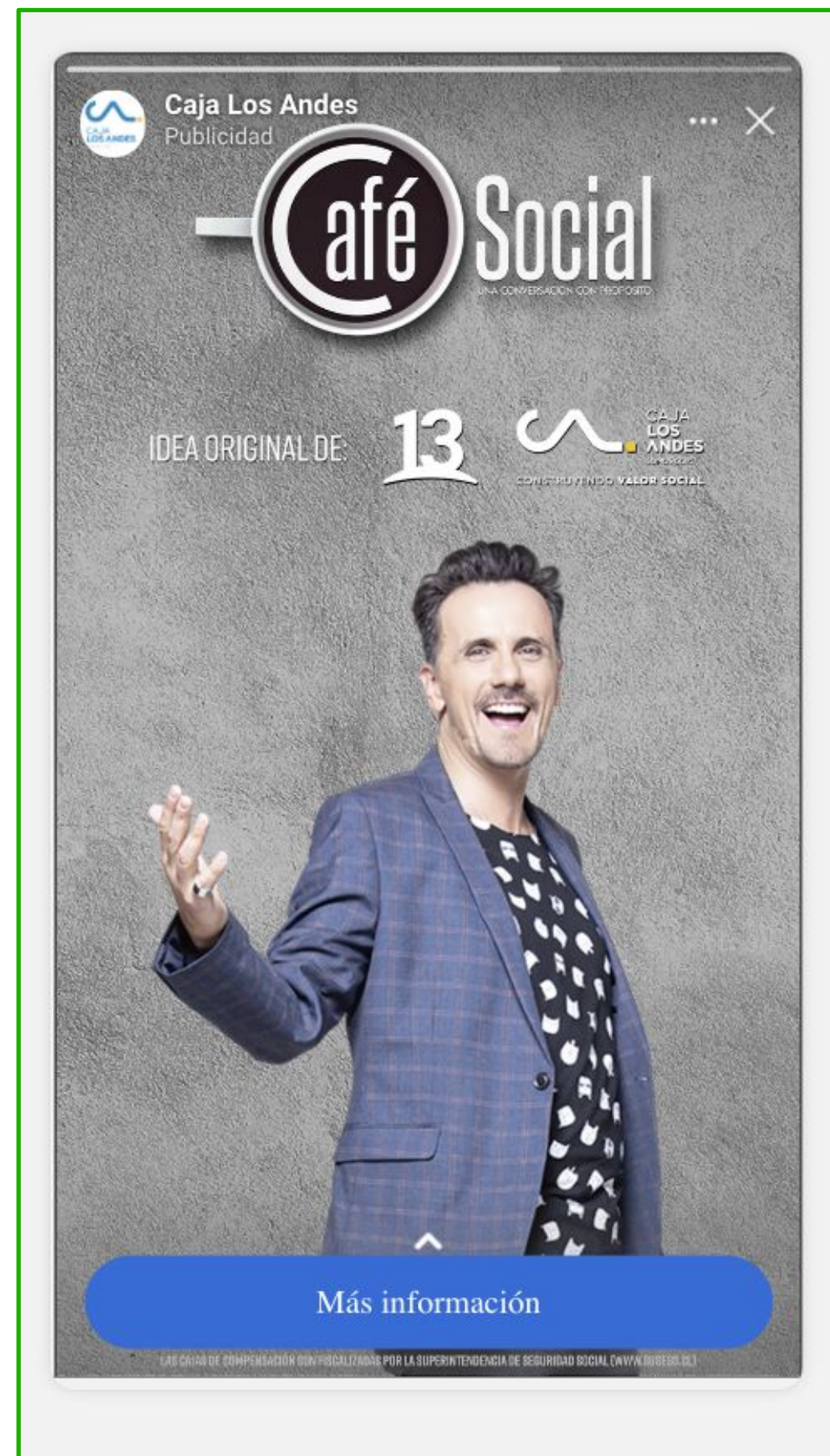
## ¿Cómo se han comportado la **Campaña de Facebook?**

- Campaña de Tráfico: rendimiento por anuncio

Anuncio	Clics	Impresiones	Costo	CPC	CTR
CLA   CAFE SOCIAL   TRAFICO   IMAGEN 1	2,634	198,806	\$156,116	\$7,373	1.7%
CLA   CAFE SOCIAL   TRAFICO   IMAGEN 2	421	32,773	\$194,311	\$85,387	1.3%
CLA   CAFE SOCIAL   TRAFICO   IMAGEN 3 OCTUBRE	50	3,014	\$214,462	\$729,172	1.7%
CLA   CAFE SOCIAL   TRAFICO   VIDEO 1	14,300	266,271	\$106,825	\$47,854	7.9%
CLA   CAFE SOCIAL   TRAFICO   VIDEO 2	79	8,477	\$215,779	\$65,553	1.0%
VIDEO INNOVACIÓN VERDE	14	1,261	\$251	\$71,754	9.8%
VIDEO RECICLA O MUERE	16	758	\$99,590	\$497,950	2.2%
VIDEO ALIMENTACIÓN SUSTENTABLE	2	625	\$87	\$43	3.3%
VIDEO BIENESTAR Y TECNOLOGÍA	2	256	\$0	\$61	7.9%
VIDEO MUJERES PODEROSAS	1	123	\$0	\$130	8.5%
CLA   CAFE SOCIAL   TRAFICO   IMAGEN 4	17	1,231	\$10,500	\$49,413	1.4%
CLA   CAFE SOCIAL   TRAFICO   IMAGEN 5	10	676	\$277	\$83,136	1.6%
CLA   CAFE SOCIAL   TRAFICO   IMAGEN 6	304	15,035	\$148,419	\$77,627	2.4%
CLA   CAFE SOCIAL   TRAFICO   VIDEO 3	17,425	331,336	\$139,190	\$61,563	9.4%
CLA   CAFE SOCIAL   TRAFICO   VIDEO 4	25	3,250	\$329	\$1,448	8.1%
CLA   CAFE SOCIAL   TRAFICO   VIDEO 5	27	2,401	\$221,792	\$147,862	1.1%
TRAILER INNOVACIÓN VERDE	2,622	55,327	\$123,349	\$59,511	6.2%
CLA   CAFE SOCIAL   TRAFICO   VIDEO 3	2,370	26,690	\$127,835	\$65,159	22.6%
CLA   CAFE SOCIAL   TRAFICO   IMAGEN 6	21	596	\$154,306	\$80,826	4.7%
TRAILER RECICLA O MUERE	944	20,348	\$12,580	\$46,108	5.2%
TRAILER ALIMENTACIÓN SUSTENTABLE		7	\$0	\$0	0%
CLA   CAFE SOCIAL   TRAFICO   IMAGEN 8 NOV	144	12,742	\$179,176	\$88,344	1.1%
CLA   CAFE SOCIAL   TRAFICO   VIDEO 8 NOV	2	308	\$0	\$99,590	7.1%



## Mejor anuncio



### Consideraciones:

- La campaña de tráfico de Facebook tuvo algunas variaciones en sus gráficas por cambios de fechas y horarios pero alguna de ellas se mantuvieron tal como estaban y son éstas las que mejor rendimiento tuvieron ya que estuvieron mayor tiempo publicando.





REPORTE: 01 DE OCTUBRE - 28 DE NOVIEMBRE

# Esperado vs. Real



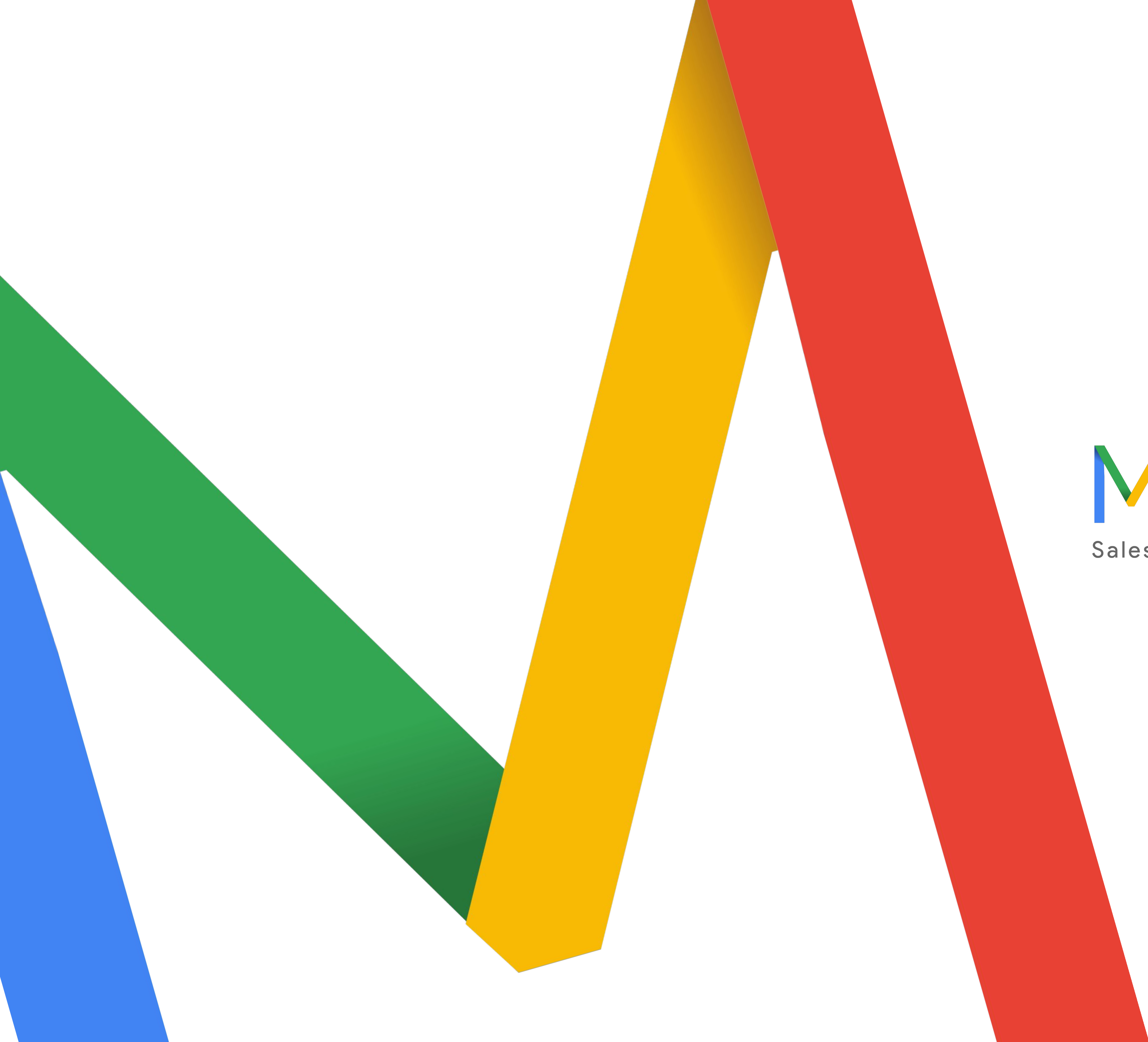
Comportamiento de lo esperado versus lo real:

**Fechas: Desde 01 de Octubre hasta 28 de Noviembre**

Campaña	Comparativa	Formato	Impresiones	Clics	CPC	CTR
<b>Café Social</b>	<b>Real</b>	Facebook	849,044	34,892	\$56	4%
	<b>Esperado</b>	Facebook	2,569,710	7,709	\$253	0.3%

## CONCLUSIONES

- Con **\$1.568.000 de presupuesto** las campañas **generaron un total de 162 conversiones y 194,481 impresiones** en la campaña de Search de Google Ads.
- Con **\$2.400.000 de presupuesto** las campañas **generaron un total de 18.696 visitas a la página de destino y 849,044 impresiones** en la campaña de Tráfico de Facebook.
- Si bien en la campaña de Facebook no pudimos alcanzar lo esperado, es importante destacar el buen manejo de las gráficas implementadas con sus respectivos programas por semana y el mostrar los trailer fue impulsando las mismas publicaciones.
- Sin embargo el cambio de material constante por cambio de fechas y horario afectó el rendimiento general de la campaña.



**M**etrix | Marketing Digital  
Sales & Brand Solutions | Reports Mensual