

·C. Rodolfo C. Severino



“

1982
1982

1982
121
1982
121

1982

1982
1982
2002
1982

El presente informe tiene como objetivo analizar el impacto de la implementación de la estrategia de marketing digital en la empresa X, durante el periodo comprendido entre el primer trimestre del año 2023 y el tercer trimestre del año 2024. Para ello, se han recopilado y analizado los datos de ventas, tráfico web y conversiones, comparando los resultados con los objetivos establecidos al inicio del periodo.

Los resultados obtenidos muestran un crecimiento significativo en el tráfico web y en las conversiones, lo que indica un mayor alcance y efectividad de las campañas de marketing digital. Sin embargo, se observó una disminución en el margen de beneficio debido a un aumento en los costos de adquisición de clientes.

En

El presente informe tiene como objetivo analizar el impacto de la implementación de la estrategia de marketing digital en la empresa X, durante el periodo comprendido entre el primer trimestre del año 2023 y el tercer trimestre del año 2024. Para ello, se han recopilado y analizado los datos de ventas, tráfico web y conversiones, comparando los resultados con los objetivos establecidos al inicio del periodo.

Los resultados obtenidos muestran un crecimiento significativo en el tráfico web y en las conversiones, lo que indica un mayor alcance y efectividad de las campañas de marketing digital. Sin embargo, se observó una disminución en el margen de beneficio debido a un aumento en los costos de adquisición de clientes.

