



Reporte Final - Análisis de Métricas (Pauta Publicitaria)

@sabertedaaire

hey!

¿Qué resultados arrojaron nuestras métricas de la PAUTA PUBLICITARIA?

13 de mayo - 12 de junio



¿Cómo le fue a la pauta de Meta Ads?

En redes logramos un alcance general de...

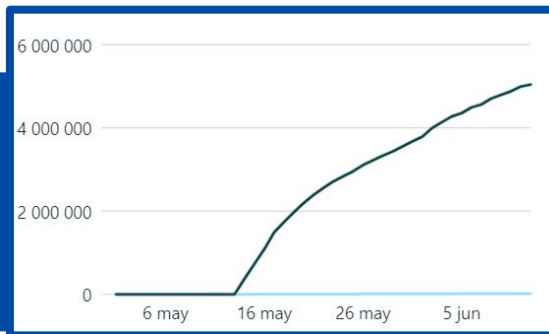
6.581.920

de **5302** cuentas alcanzadas en Facebook a...



5.038.981

+ **94,5 mil %***

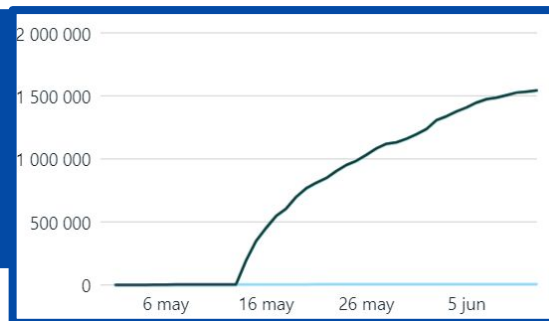


de **5686** cuentas alcanzadas en Instagram a...



1.542.939

+ **27,2 mil %***



*en relación al crecimiento del mes previo

INTERACCIÓN

Facebook

Reacciones, comentarios y veces que se han guardado y compartido las publicaciones

10.400

+6135,3%



Instagram

Me gusta, comentarios y veces que se han guardado y compartido las publicaciones

1317

+22,1%

*crecimiento en relación al mes anterior

Visitas y seguidores

Nuevos seguidores: **651**



Facebook

5653 +7055,7%

visitas al perfil

38.130 +4657,1%

seguidores totales



Instagram

1572 +488,8%

visitas al perfil

9033 +493,5%

seguidores totales

¿Cuántas personas visitaron www.stda.com.ar a través de Facebook e Instagram?

... **72.607** en Facebook



+ **518,5 mil%***

... **3508** en Instagram



76.115

*crecimiento en relación al mes anterior

Cantidad de clicks en banners “Campaña de turnos”

NP-AR-RS-BNNR-240001

¿Te agitas corriendo el colectivo?

Podría ser asma

Del 13 al 17 de mayo, ingresá a la plataforma, respondé el cuestionario y según tus respuestas podrás solicitar un **turno gratuito con un profesional**.

Hacé el cuestionario

Si experimentás algún síntoma o tenés dudas, consultá con tu médico/a.

GSK
En colaboración con

AAPA
Asociación Argentina de Pacientes con Asma

LIBRA **AAAIC** **GAESA** **ASOCIACION ARGENTINA DE MEDICINA GENERAL**

Total de clicks: **7**

*Tiempo que estuvo activo: 5 días

Campaña de Reconocimiento - General

Alcance

5.034.127

Impresiones

12.903.966

Clics en el enlace

5767

Seguidores

47

Interacciones

8998

CPM*

\$77,5

*no contempla impuestos

*coste por 1000 impresiones

AAPA (13/5 al 17/5)

- Alcance total: 623.126
- **Clics en el enlace: 345**
- CPC: \$214,16*
- CPM: \$94,64*
- Seguidores: 1
- Interacciones: 393
- Posteo más exitoso: Actividad física
- Edad: el 57% de alcance fue de cuentas de entre 18 y 34 años



Asma (13/5 al 27/5)

- Alcance total: 3.096.499
- **Clics en el enlace: 1945**
- CPC: \$225,62*
- CPM: \$80,47*
- Seguidores: 35
- Interacciones: 3586
- Posteo más exitoso: Asma Tips Generales
- Edad: el 83% de alcance fue de cuentas de entre 18 y 34 años



*no contempla impuestos

EPOC (27/5 - 12/6)

Alcance total: 3.635.630

Clics en el enlace: 3477

CPC: \$140,15*

CPM: \$73,06*

Seguidores: 11

Interacciones: 4986

Posteos más exitosos: “Hablemos de EPOC” y publicación que compara pulmones sanos vs enfermos

Edad: el 50% de alcance fue de cuentas de entre 18 y 34 años



Campaña de Tráfico - General

Alcance

2.084.271

Impresiones

6.875.194

Clics en el enlace

76.626

Seguidores

157

Interacciones

83.418

CPC*

\$13,05

*no contempla impuestos

*coste por clic en el enlace

AAPA (13/5 al 17/5)

- Alcance total: 209.254
- **Clics en el enlace: 3429**
- CPC: \$20,35*
- CPM: \$158,78*
- Seguidores: 13
- Interacciones: 3770
- Posteo más exitoso: Colectivo
- Edad: el 26% de alcance fue de cuentas de más de 65 años



Asma (13/5 - 27/5)

- Alcance total: 966.540
- **Clics en el enlace: 30.626**
- CPC: \$15,33*
- CPM: \$239,71*
- Seguidores: 84
- Interacciones: 32.770
- Posteo más exitoso: asma tips estrés y asma y la humedad
- Edad: el 55% de alcance fue de cuentas de entre 45 y +65 años



*no contempla impuestos

EPOC (27/5 - 12/6)

Alcance total: 1.368.220

Clics en el enlace: 42.571

CPC: \$10,82*

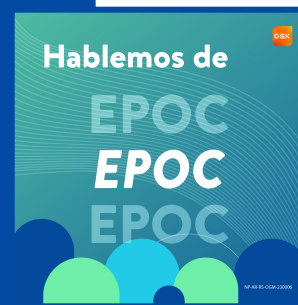
CPM: \$101,47*

Seguidores: 60

Interacciones: 46.781

Posteo más exitoso: “Hablemos de EPOC”

Edad: el 66% de alcance fue de cuentas de entre 55 y +65 años

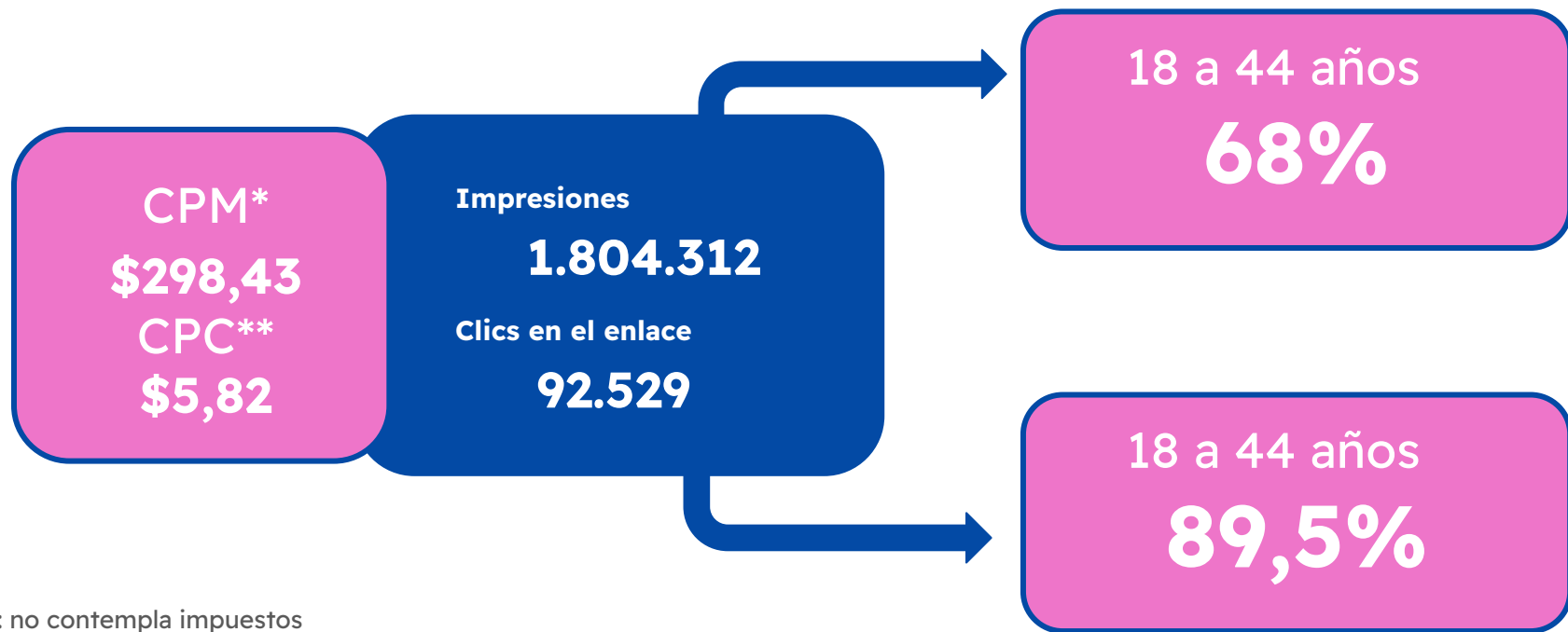


*no contempla impuestos



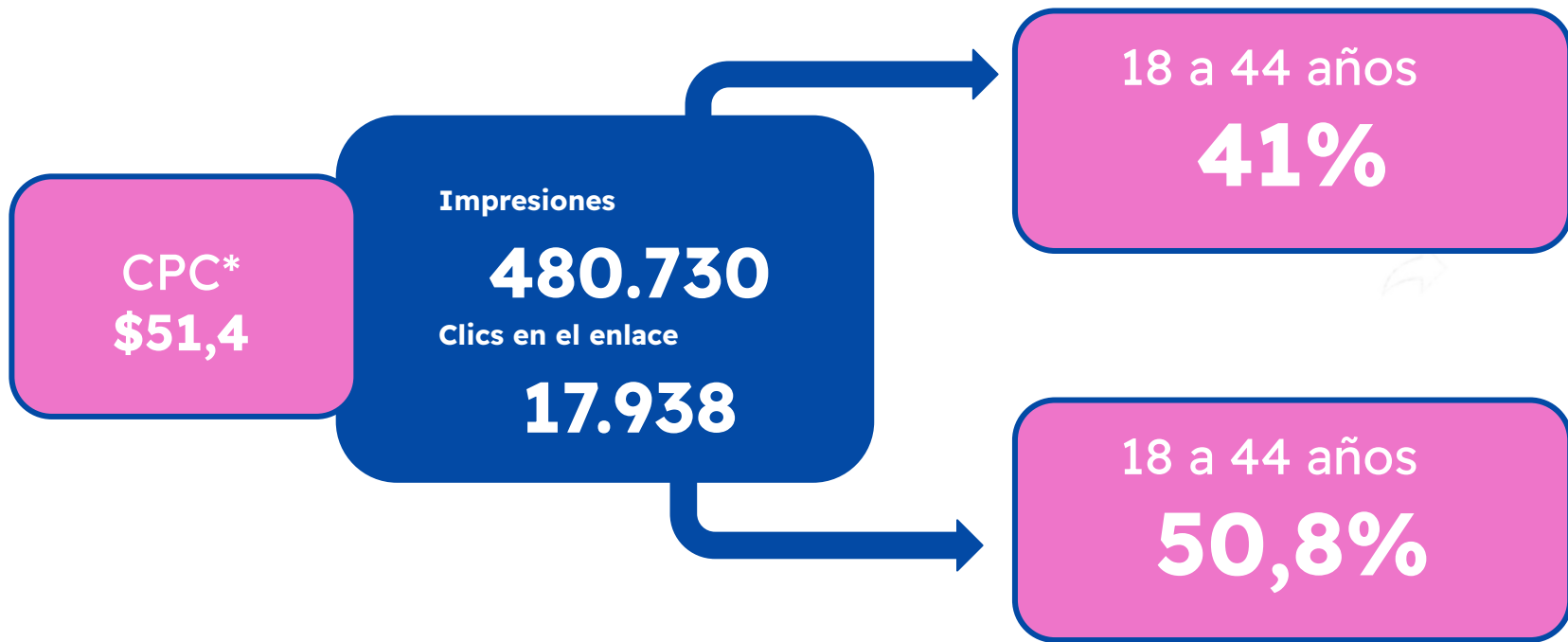
¿Cómo le fue a la pauta de Google Ads?

Campaña de Notoriedad/Display - General



*, **: no contempla impuestos
*coste por 1000 impresiones
**coste por clic en el enlace

Campaña de Tráfico/Búsqueda - General



*no contempla impuestos
*coste por clic en el enlace

Total

Impresiones

2.285.042

Clics en el enlace

110.467



Campaña de Tráfico/Búsqueda

Palabras claves de búsqueda más exitosas

EPOC

NEUMONÓLOGO

DIFICULTAD
PARA RESPIRAR

NEUMONÍA

MEDICINA PARA
ASMA

ESPIROMETRÍA

SÍNTOMAS DE
ASMA

ALERGÓLOGO

APNEA

¿Cómo reaccionaron
nuestros seguidores
al CONTENIDO?

Mirta Sanchez
Excelente. Muchas gracias.
Es la información que debemos valorar y agradecer en Facebook

Julia Kippes
Gracias! Por tan buena información.

Estela Loncon
Muchas gracias

Aida Mirta Albisetti



Azucena Fernandez
Gracias

Teresa Aranguren
Me gusta

Adriana Baranzini



Graciela Dorronzoro
Graciassss

Carlota María DE Bortoli
Excelente 🍌 ayuda mucho estos consejos

Bea Violeta
Hola hermosa, gracias por compartir. 🙏❤️

Silvia A Basualdo
Gracias miles

Mimi Arboatti
Excelente!

Silvia Romero
Gracias 🙏

Nelida Ponza Rodriguez
❤️❤️

Alberto Arrieta

Luisa Juana Ramirez
Gracias por compartir



Maria Rosa Ferrari
Muchas gracias, sufro asma bronquial

Imelda Ponce
Gracias

Yolanda Diaz
🙏🙏❤️

Máscaras De Cuero
Muchas gracias!

Claudia Espinosa
Graciasss!

Marta Mendoza
Me tranquiliza

Teté Guzmán
Muy imprtante GRACIAS
3 d Me encanta Responder Send message Ocultar

Delia Gimenez
Gracias 😊

Rosa Valdez
Muchas gracias buenísimo el test

Ines Frumento
Muchas gracias
Estas son las cosas que hay que valorar en Facebook

Marta Salomon
MUCHAS GRACIAS, MUY INTERESANTE INFORMACIÓN



Mirta Sanchez
iiiijMuchas gracias!!!!
Excelente y fructífera información.

Ana Roldan
A mi me pasa lo mismo el estrés los gritos No sabia eso gracias

Soledad Catalan
Gracias.

Leonardo Gianatelli
Muchas gracias muy pocos dan está información
1 d Me encanta Responder Send message Ocultar

**Con el análisis de los
resultados,**

**¿A qué conclusiones
llegamos?**

Conclusiones - Meta Ads

Rendimiento por Tipo de Campaña:

- La campaña de reconocimiento generó más impresiones que la de tráfico, sin embargo, la de tráfico tuvo un rendimiento superior en términos de clics en el enlace e interacciones, trayendo más seguidores.

Contenido más Exitoso:

- Los posts sobre tips para el asma, el estrés, la humedad y el asma, así como "Hablemos de EPOC", fueron los más exitosos en general.

Segmentación de Audiencia:

- **Reconocimiento:** la campaña de reconocimiento alcanzó mayormente a personas entre 18 y 34 años, lo cual es positivo ya que se logró llegar a una audiencia más joven que la habitual.
- **Tráfico:** en la campaña de tráfico, el alcance estuvo más equitativamente dividido, siendo el grupo etario más representado el de 45 a +65 años.

Conclusiones - Google Ads

Éxito de la Campaña de Notoriedad y Display:

- Esta campaña fue la más exitosa, generando un mayor número de clics en el enlace en relación con las impresiones.

Segmentación de Audiencia:

- Los anuncios de display fueron mayormente vistos por personas entre 18 y 44 años, mientras que los anuncios de búsqueda tuvieron una distribución más equitativa, con aproximadamente el 50% de las impresiones en ese grupo.

Conclusiones - Generales

Alcance Incrementado:

- Tanto en Facebook como en Instagram, el alcance creció exponencialmente, con una tasa de crecimiento miles de veces más alta que el mes previo

Aumento de Interacciones:

- Las interacciones en ambas redes sociales también han aumentado considerablemente, destacando Facebook con un aumento de más del 6000% en comparación a previo a la campaña.

Conclusiones - Generales

Crecimiento de Seguidores:

- Tanto las visitas a los perfiles como los seguidores han aumentado notablemente en ambas plataformas, especialmente en Facebook. En total, se adquirieron 651 nuevos seguidores.

Éxito en el Tráfico Web:

- El objetivo principal de la campaña, aumentar las visitas a la página web, se ha logrado con éxito, alcanzando casi 192.860 clics hacia la misma.

Reacciones Positivas:

- La mayoría de los comentarios recibidos fueron de agradecimiento, indicando una reacción muy positiva del público.



¡GRACIAS!

@sabertedaaire

hey!