

Plan Estrategico de Marketing Digital - Mipymes especializadas en Materiales POP del S ctor del Ricaurte.

Nombre de Campaña: POP performance

Medio	Formato	Objetivo	Modelos de Compra KPI principal KPI secundario	Impresiones/clics	Costo por Resultado Estimado (CPC-CPM-CPL) Medido por KPI Principal	Resultados Estimados	Resultados Entregados	Inversión COP	CTR - VTR Estimado	Benchmark Categoría	Segmentación	UTM final
L1	Facebook Link Ad/Carrusel AD	Ventas - Registros	CPL - CPC	137.333	\$ 3.000	1.648	1.373	\$ 30.000	3%	3%	Listas de remarketing. Publico Look a Like, Publicos Persoalizados, Bases de datos	www.pymePOP.com?utm_source=facebook&utm_medium=facebook&utm_campaign=popperformance
L2	Facebook/ Instagram	Stories/ Video Ad Alcance - Tráfico	CPM - CPC	16.409	\$ 1.100	450.000	328.182	\$ 400.000	0,50%	0,30%	Mujeres y Hombres de 20 a 50 años de edad en Bogotá con interes relacionados a la marca y los productos	www.pymePOP.com?utm_source=facebook&utm_medium=instagram&utm_campaign=popperformance&utm_term=stories&utm_content=
L3	Google	Text Ads Tráfico - Ventas	CPL - CPC	253.333	\$ 500	9.500	7.600	\$ 446.218	5%	3%	Intereses del usuario en motores de busqueda con keywords relacionadas a: productos y servicios de material POP	www.pymePOP.com?utm_source=google&utm_medium=sem&utm_campaign=popperformance&utm_term=textads
L4	Google	GDN Tráfico - Ventas- Alcance	CPC - CPM - CPL	2.513.333	\$ 150	3.100.000	2.513.333	\$ 300.000	1,50%	1,20%	Segmentaciones a fiens, por temas y por audiencias al mercado según la categoría del negocio	om?utm_source=google&utm_medium=gdn&utm_campaign=popperformance&utm_term=banner&utm_c

