

INFORME RESULTADOS

CAMPAÑA: www.masqueundolor.com

DATOS DE LA PÁGINA

Campaña: #másqueundolor

WEB: www.masqueundolor.com

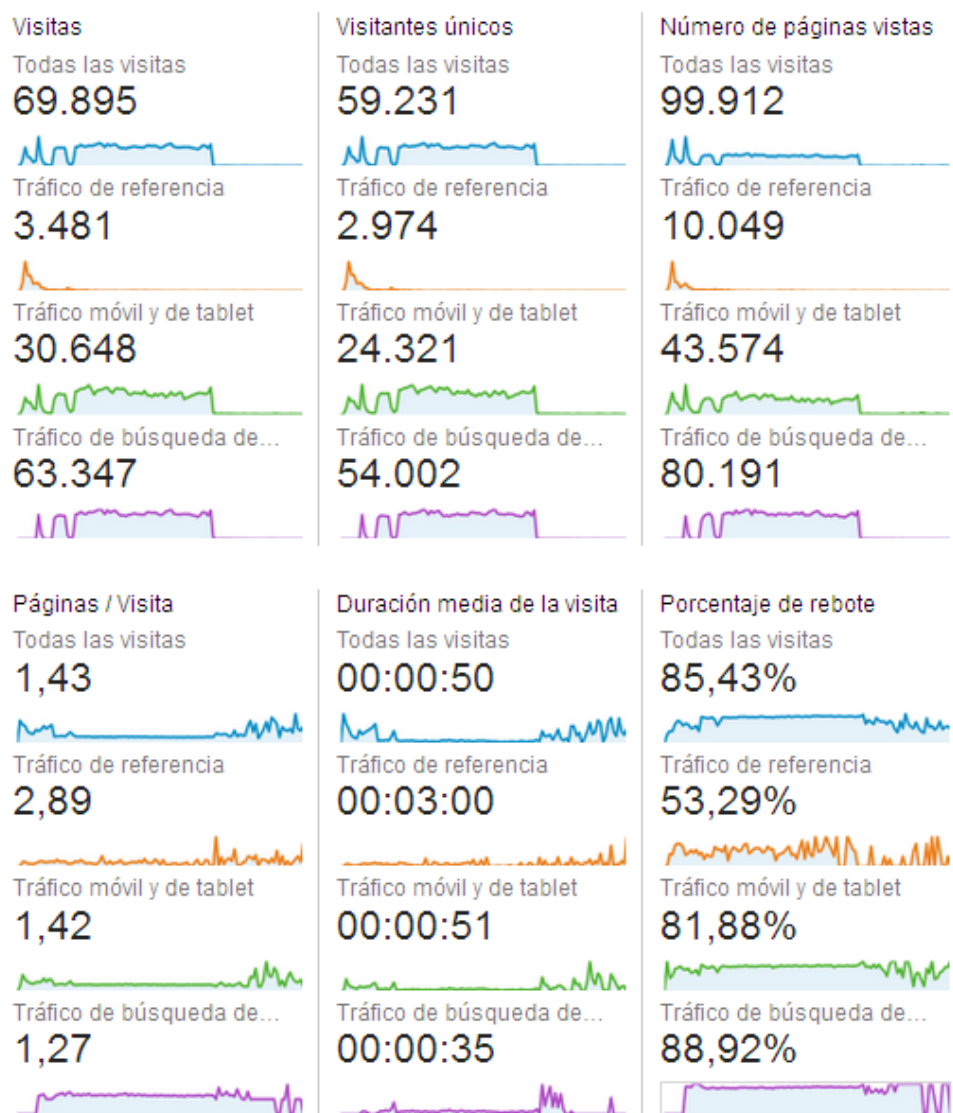
User de Google Analytics: popingroupar@gmail.com

Password: masqueundolor

VISIÓN GENERAL

Desde 25/09/2013 hasta el 09/01/2014:





La campaña ha generado desde el 25/09/2013 hasta el 09/01/14 un total **de 69.356 visitas, gracias a toda la inversión en medios, rueda de prensa y ruido social generado.** Un mes después del fin de la inversión, **tenemos 533 visitas más gracias** las búsquedas orgánicas.

Un dato importante es que la mitad de los usuarios entran a través de sus móviles o tablets.

El tráfico de referencia proviene en mayor medida por la rueda de prensa y del día mundial de la artritis.

Agrupación de canales predeterminada	Visitas ?	% de visitas nuevas ?	Nuevas visitas ?	Porcentaje de rebote ?	Páginas / Visita ?	Duración media de la visita ?
	69.359 % del total: 100,00% (69.359)	84,80% Promedio del sitio: 84,76% (0,04%)	58.818 % del total: 100,04% (58.792)	85,62% Promedio del sitio: 85,62% (0,00%)	1,42 Promedio del sitio: 1,42 (0,00%)	00:00:49 Promedio del sitio: 00:00:49 (0,00%)
1. Paid Search	63.250	85,21%	53.896	88,92%	1,27	00:00:35
2. Social	1.995	86,97%	1.735	70,03%	1,92	00:01:34
3. Direct	1.733	75,07%	1.301	55,11%	2,73	00:03:01
4. Referral	1.416	81,71%	1.157	31,00%	4,16	00:04:52
5. Organic Search	965	75,54%	729	36,27%	4,04	00:05:00

CONCLUSIONES SOBRE ESTRATEGIA SEO

Hemos acabado la campaña con palabras clave posicionadas en google como por ejemplo. **Reumatólogo**, en la página 2 ante 334.000

Si ponemos en Google “un dolor” aparecemos en la primera página entre 134.000.000 resultados.

Con la búsqueda de “Rodillas y manos hinchadas” aparecemos en la segunda página entre 102.000 resultados.

“Espondilitis anquilosante” o “solución dolor reumático” aparecen en la 4º página.

CONCLUSIONES SOBRE CAMPAÑA SEM



A grandes rasgos, **la campaña ha obtenido unos resultados excelentes en función de la inversión y tipo de anuncio que se ha empleado.**

A través de la campaña online hemos conseguido 63.400 clics y 2.832.644 de impresiones en el periodo comprendido desde 25/09/2013 hasta el 09/01/2014.

Los anuncios que mejor funcionaron fueron los del Lupus, Artritis reumatoide (como enfermedades) y dolores persistentes y dolor cervical del grupo de síntomas.

CONCLUSIONES SOBRE LA NAVEGACIÓN WEB Y LA REALIZACIÓN DE ENCUESTAS



Tenemos un total de **2.586** encuestas realizadas, de las cuales **782** son del test general, lo cual nos da a entender que hemos un buen número de usuarios de calidad.