

Reporte Final
Pauta digital

Octubre 12 a Noviembre 11 2022

CONECTAMOS CON PASIÓN

Salud Materna e Infantil

Secretaría Distrital de Salud de Bogotá

ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.

BOGOTÁ



PERIODO

FECHA INICIO: Octubre 12

FECHA FIN: Noviembre 11

Meta Ads

Objetivo: Alcance
Periodo: Octubre 12 a Noviembre 11

$ 2.222,98
Costo por resultado

Gestantes

1.130.491
Impresiones

586.752
Alcance

1.913
Clics

5.931
Interacciones



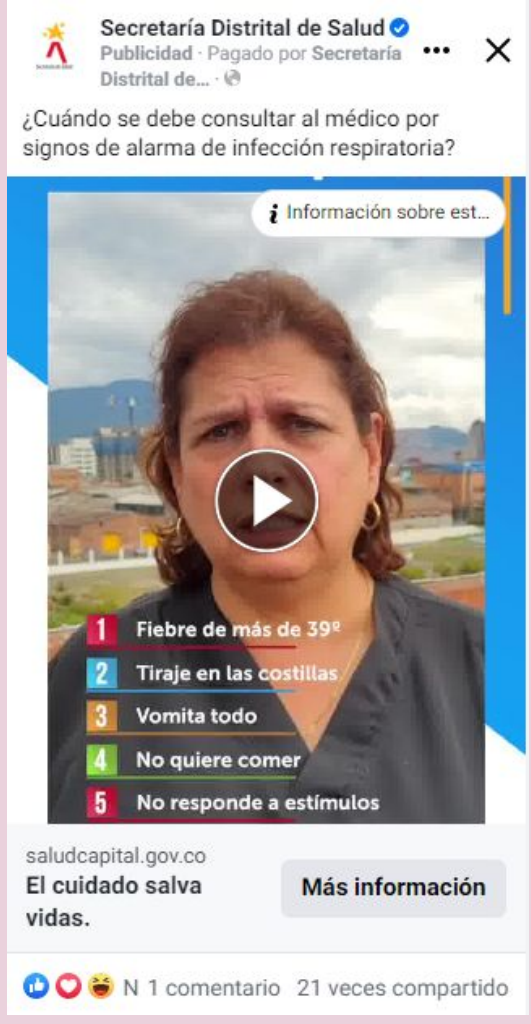
IRA

1.341.824
Impresiones

794.117
Alcance

1.959
Clics

30.181
Interacciones



Meta Ads

Objetivo: Clics
Periodo: Octubre 12 a Noviembre 11

$ 103,09
Costo por resultado

Gestantes

364.858
Impresiones

114.017
Alcance

10.226
Clics

2,80%
CTR



IRA

567.507
Impresiones

239.169
Alcance

18.872
Clics

3,32%
CTR



Meta Ads

Objetivo: Views
Periodo: Octubre 12 a Noviembre 11

$ 9,59
Costo por resultado

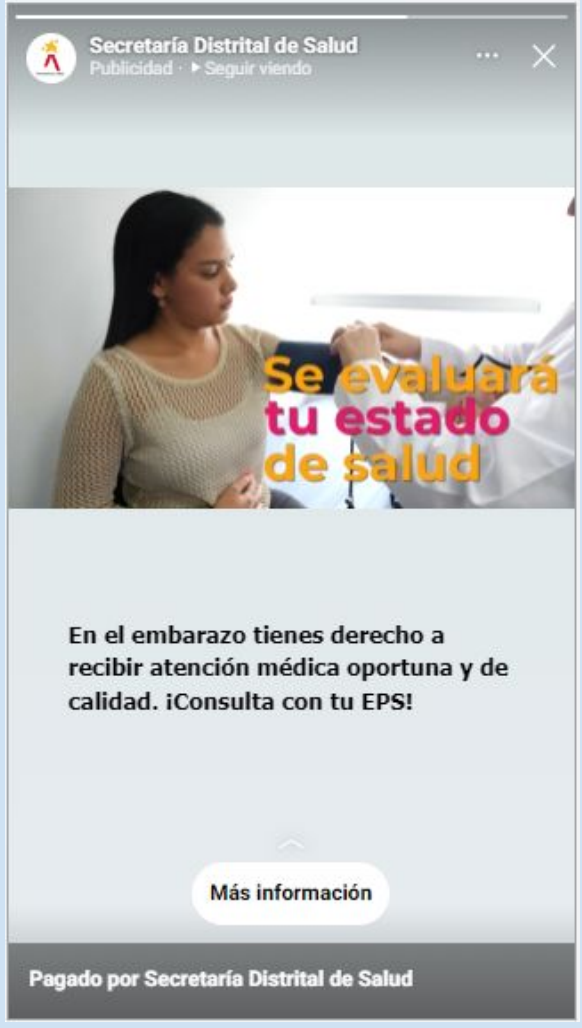
Gestantes

307.609
Impresiones

147.521
Alcance

257.593
Views

288.968
Interacciones



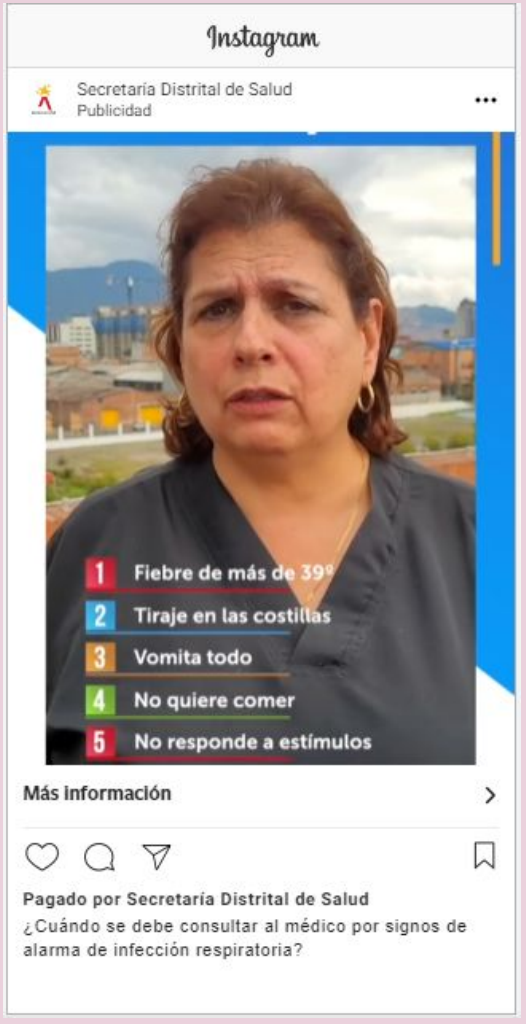
IRA

379.601
Impresiones

209.538
Alcance

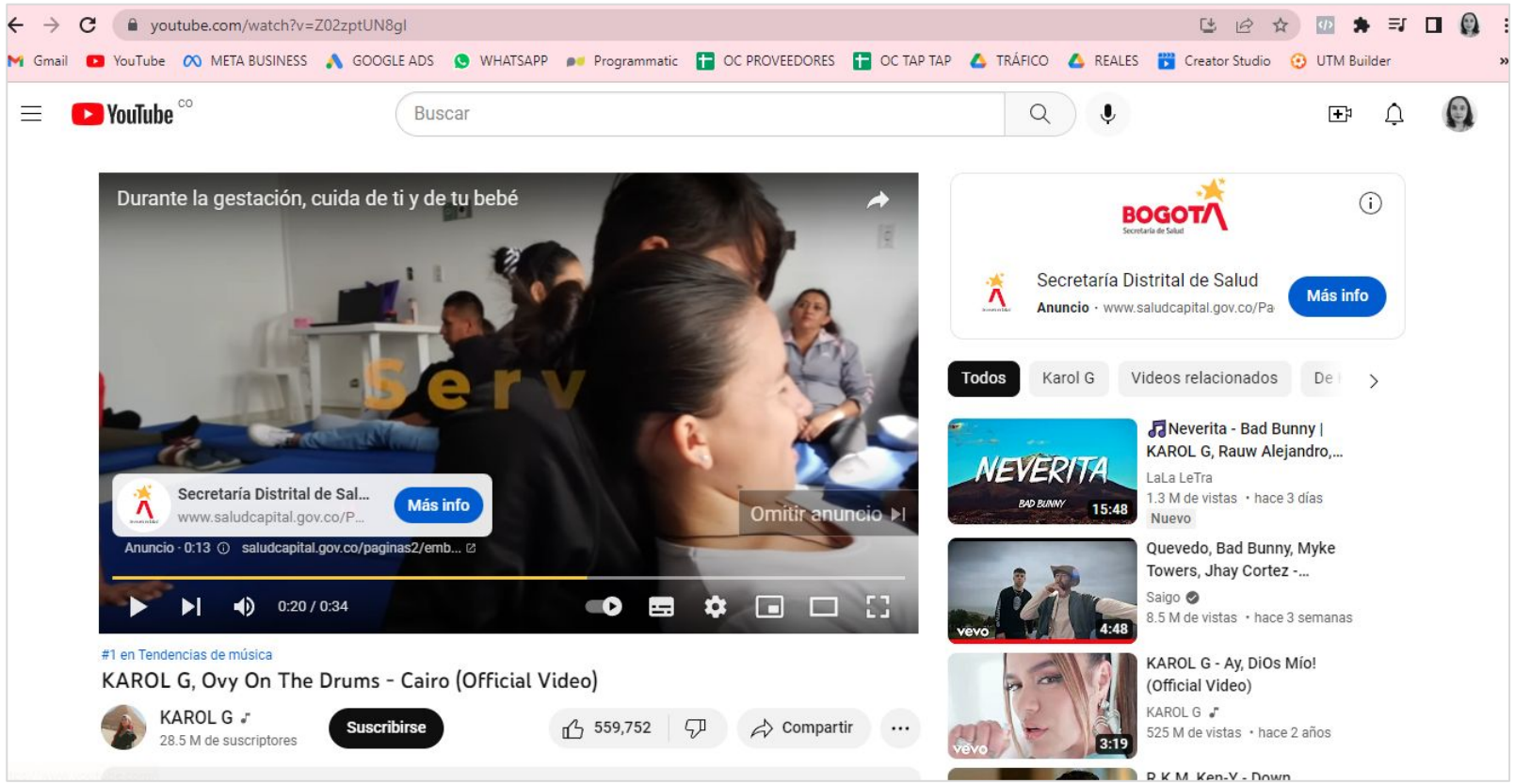
263.253
Views

325.549
Interacciones



Youtube

Objetivo: Views
Periodo: Octubre 12 a Noviembre 11



1.042.000
Impresiones

585.751
Views

2.274
Clics

$ 7,25
Costo por resultado

Google Display

Objetivo: Clics
Periodo: Octubre 12 a Noviembre 11

$ 196,52
Costo por resultado

Gestantes

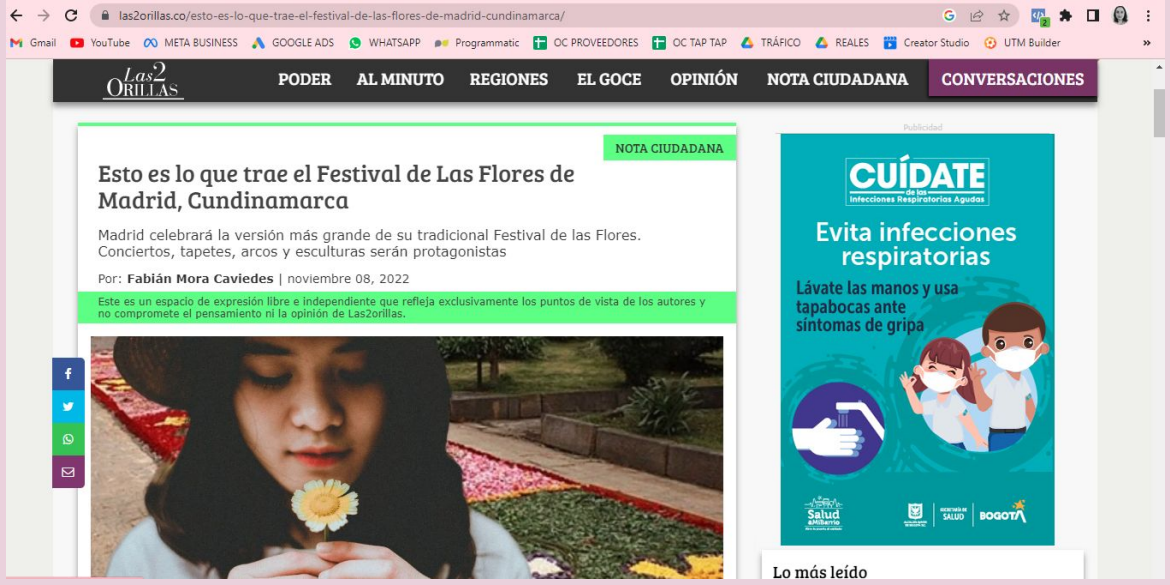


718.989 Impresiones

5.574 Clics

0,78% CTR

IRA



644.430 Impresiones

7.145 Clics

1,11% CTR

Programmatic

Objetivo: Impresiones
Periodo: Octubre 12 a Noviembre 11



1.389.246
Impresiones

14.100
Clics

1,01%
CTR

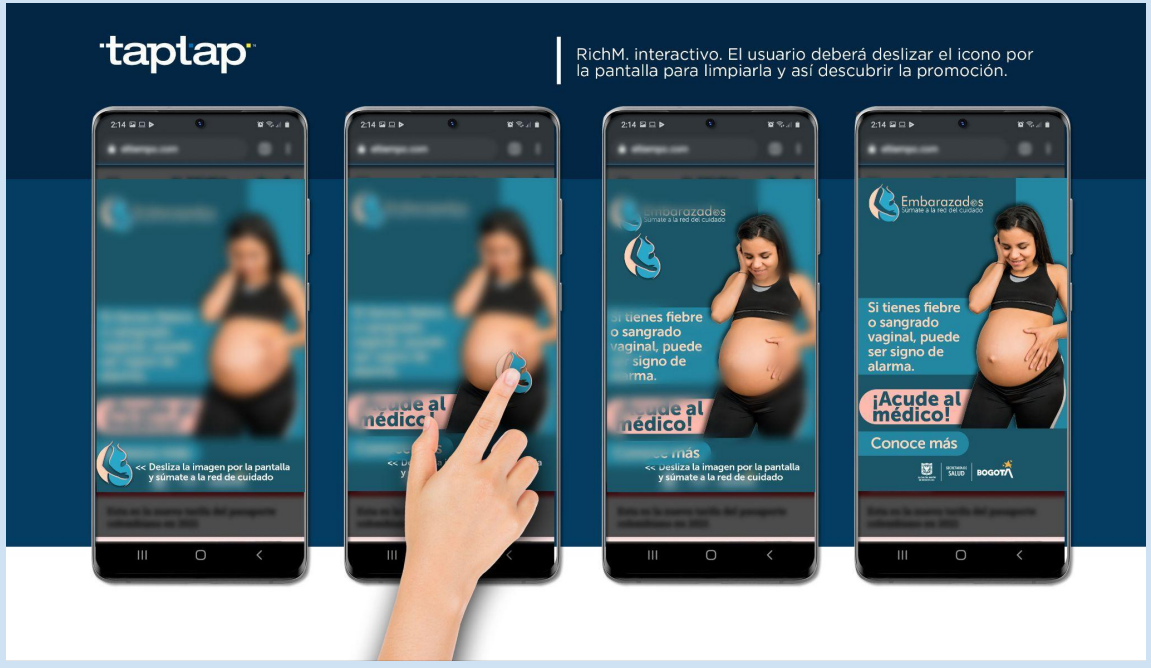
$ 2.159,42
Costo por resultado

Tap Tap

Objetivo: Impresiones
Periodo: Octubre 12 a Noviembre 11

$ 38.247,54
Costo por resultado

Gestantes

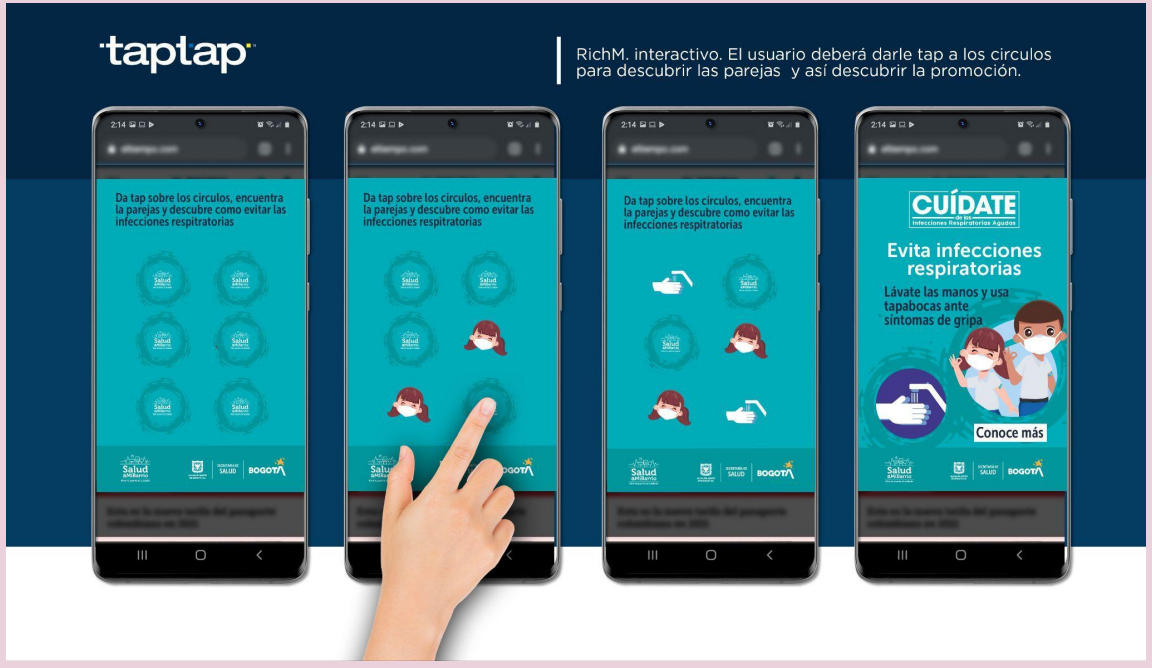


16.347 Impresiones

151 Clics

0,92% CTR

IRA



16.346 Impresiones

99 Clics

0,60% CTR

Tap Tap

Objetivo: Escuchas
Periodo: Octubre 12 a Noviembre 11

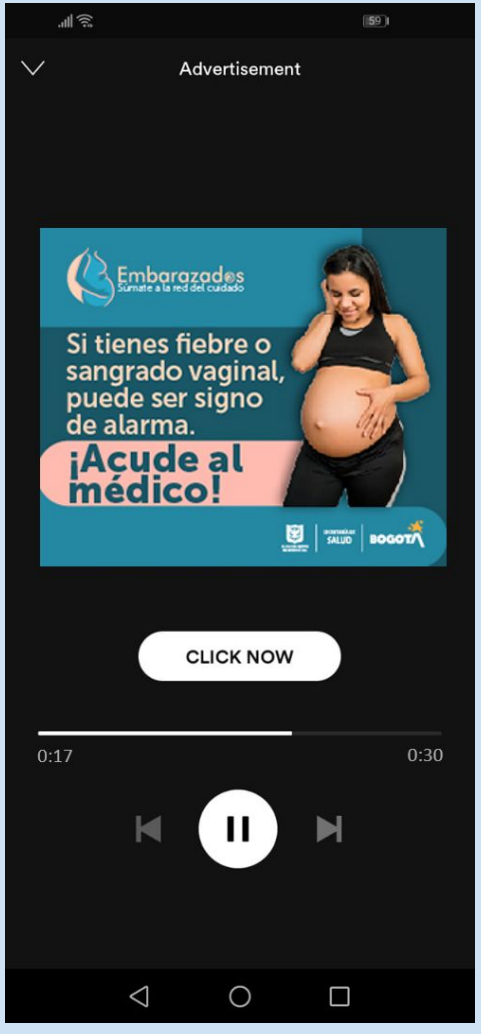
$ 103,09
Costo por resultado

Gestantes

13.469
Impresiones

12.732
Escuchas

94,52%
ETR



IRA

13.500
Impresiones

11.915
Escuchas

88,25%
ETR

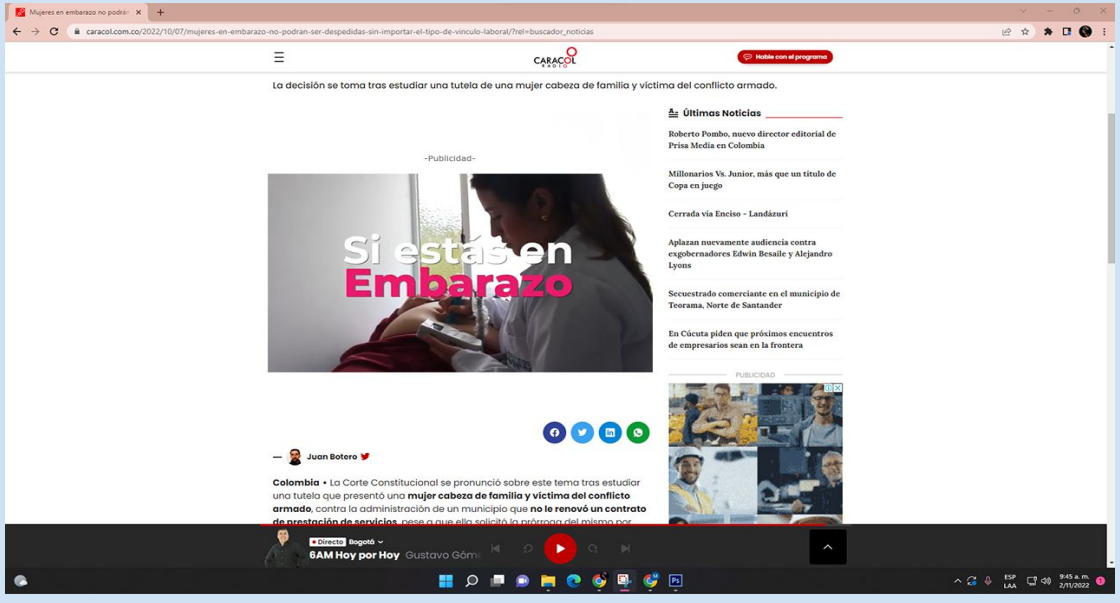


Konekti Media

Objetivo: Impresiones
Periodo: Octubre 12 a Noviembre 11

$ 196,52
Costo por resultado

Gestantes

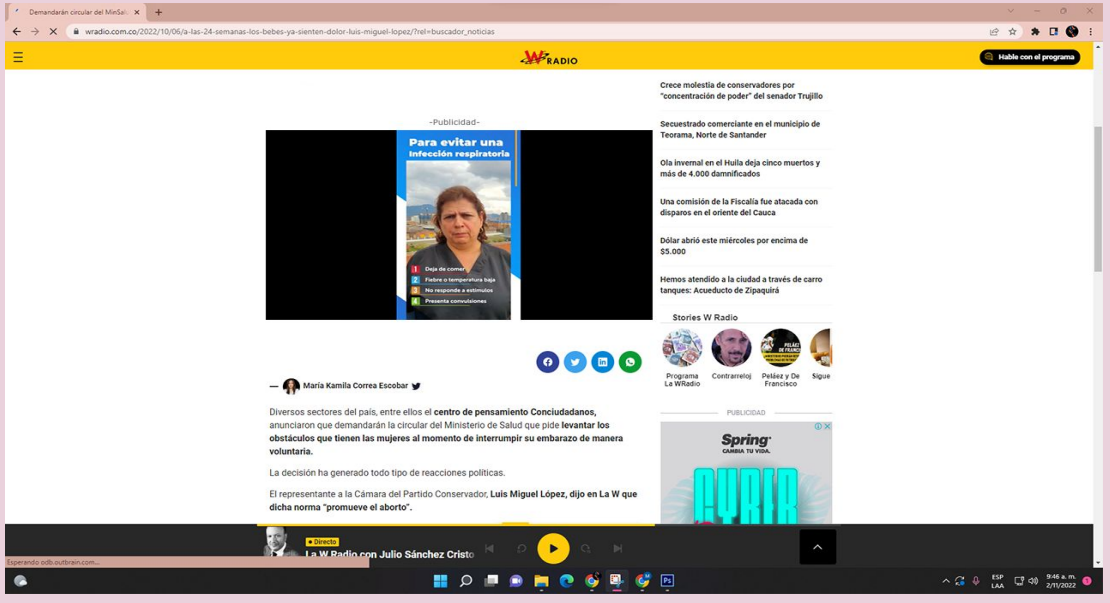


21.159 Impresiones

2.529 Clics

11,95% CTR

IRA



44.259 Impresiones

5.104 Clics

11,53% CTR

Insights

- Para las estrategias implementadas en **Meta Ads**, el objetivo de **Alcance** obtuvo el **58,4%** de los **resultados alcanzados** procedentes de **audiencia femenina,** ellas también realizaron el **73%** de los **clics en el enlace** y el **61,8%** de las **interacciones con las publicaciones.**

- Para la campaña de **clics**, los usuarios con **edades** entre **los 65 años en adelante** fueron los **que más resultados aportaron** con el **26,9%** de los clics totales seguidos por los usuarios con **55 a 64 años** con el **22,8%.**

- En el componente con **Views** como objetivo, se obtuvo un costo final por resultado **$7,21** por debajo del valor contratado y se consiguió un tiempo promedio de reproducción de **13 segundos**

- En **Google Display Network,** las páginas en las que se obtuvieron **más impresiones** fueron **las2orillas.co, resultadodelaloteria.com y bluradio.com**



Insights

- Para la campaña de **Youtube**, se obtuvo un **porcentaje de visualización** del **56,21%** y un costo por resultado final de **$9,55** pesos por debajo del contratado.

- En **Programmatic** las páginas en las que se obtuvieron **más impresiones** fueron **pulzo.com, wradio.com.co y truecaller.com.** A su vez destacar que a pesar que la campaña estuvo enfocada a impresiones generó una cantidad considerable de clics obteniendo un **CTR** de **1,01%** muy por encima de la media para este tipo de objetivo.



- Para las campañas implementadas mediante **Tap Tap**, el **75%** de las **impresiones totales** corresponden a audiencia **femenina** y el grupo etario con **mayor participación** en el mismo indicador fueron personas entre **35 y 44 años** con un representativo **25,97%** de las **impresiones totales.**

- Para la estrategia implementada en **Konekti**, se destaca el **VTR** de **91.01%** alcanzado en **dispositivos móviles**. Paralelamente, el **CTR** más relevante fue el conseguido para **Tablets** con un **18.98%** .

Resumen de inversión

MEDIO	OBJETIVO	RESULTADOS ESTIMADOS	RESULTADOS OBTENIDOS	% CUMPLIMIENTO	COSTO POR RESULTADO CONTRATADO	COSTO POR RESULTADO OBTENIDO	VALOR TOTAL
Facebook Ads	Alcance CPMA	1.116.071	**1.124.612**	**100,76%**	$ 2.240	**$ 2.222,98**	**$ 2.500.000**
Facebook Ads	Clics CPC	10.714	**29.098**	**271,58%**	$ 280	**$ 103,09**	**$ 2.999.934**
Facebook Ads	Views CPV	305.207	**520.846**	**170,65%**	$ 16,80	**$ 9,59**	**$ 4.999.292**
Youtube	Views CPV	252.898	**585.751**	**231,62%**	$ 16,80	**$ 7,25**	**$ 4.248.701**
Google Display	Clics CPC	8.927	**12.719**	**142,48%**	$ 280	**$ 196,52**	**$ 2.499.599**
Programmatic	Impresiones CPM	333.330	**1.389.246**	**416,78%**	$ 9.000	**$ 2.159,42**	**$ 2.999.976**
Tap Tap	RichMedia CPM	32.690	**32.693**	**100,01%**	$ 38.250	**$ 38.247,54**	**$ 1.250.427**
Tap Tap	Escuchas CPE	22.434	**24.647**	**109,86%**	$ 78	**$ 70,99**	**$ 1.749.926**
Konekti	Impresiones CPM	64.321	**65.418**	**101,71%**	$ 27.200	**$ 26.744**	**$ 1.749.558**

$ 24.997.413

GRACIAS



CONECTAMOS CON PASIÓN