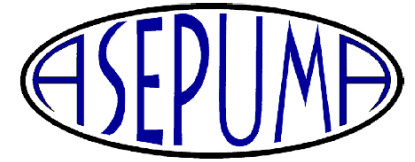


UNIVERSIDAD DE OVIEDO



ECONOMÍA CUANTITATIVA



Medir el rendimiento y el presupuesto de una campaña de marketing online

Deborah Picher Vera (debypichervera@yahoo.es)

Maria Dolores Soledad Martínez

Universidad de Valencia

RESUMEN

En base a varios sistemas de análisis, en este artículo se analiza el tema del cálculo del rendimiento de las campañas de Marketing en Social Media, para de esta forma obtener un método en el que el proceso de cómputo sea lo más sencillo posible, desarrollando para ello una hoja de cálculo que no sólo nos ayude en el cómputo del rendimiento, sino en la elaboración de un presupuesto de marketing específico para redes sociales.

Nos apoyamos para este cálculo en el uso de software totalmente libre y gratuito (como Google Analytics, por ejemplo, o la hoja de estadísticas que nos ofrecen algunas redes sociales), accesible para todo tipo de empresa, pequeña o grande. Finalmente, para demostrar la fiabilidad de la hoja de cálculo creada se analiza una empresa real del sector secundario.