

MOOD 359

Agencia de marketing digital · Grupo Winecta

Informe mensual de resultados

Mayo 2025

Cliente: venta de entradas online · sector turismo cultural

Documento de muestra. Datos reales de una cuenta gestionada por Mood 359, anonimizados: se ha retirado toda referencia identificativa al cliente.

mood359.com

Lo que ha pasado este mes

703 €

Inversión publicitaria total
(Google Ads + Meta)

988

Ventas de entradas
atribuidas a campañas

0,71 €

Coste por venta
en campañas de pago

6.253

Compras totales
en la web (todas las
fuentes)

Titular del mes

Con 703 € de inversión se han generado 988 ventas atribuidas, a 0,71 € por venta. Google Ads aporta el 87% del volumen con un coste por venta de 0,61 €; Meta sostiene el resto a 1,08 €. La web cierra el mes con 6.253 compras contando el tráfico orgánico y directo.

● Decisión tomada

Se mantiene el reparto de presupuesto: Google Ads concentra la captación de intención.

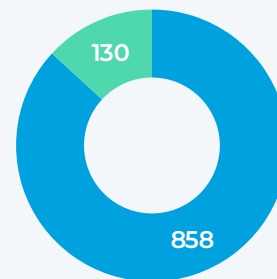
● Requiere aprobación

Subir la inversión de Meta un 20% para el pico de temporada de julio-agosto.

Dónde se ha invertido y qué ha devuelto

Canal	Inversión	Ventas	Coste / venta
Google Ads — Búsqueda y PMax	527,00 €	858	0,61 €
Meta — Catálogo Advantage+	140,55 €	130	1,08 €
Meta — Reels y publicaciones	35,79 €	— (marca)	—
Total	703,34 €	988	0,71 €

Reparto de ventas



■ Google Ads ■ Meta

Lectura

Google Ads es el canal de captación de intención: absorbe el 75% de la inversión y devuelve el 87% de las ventas, con el coste por venta más bajo (0,61 €).

Meta cumple una función distinta: el catálogo Advantage+ recupera demanda ya interesada (1,08 € por venta) y los reels y publicaciones sostienen la notoriedad de marca, sin objetivo de venta directa.

Búsqueda y Performance Max

5.390

Clics en anuncios

17,5%

CTR medio

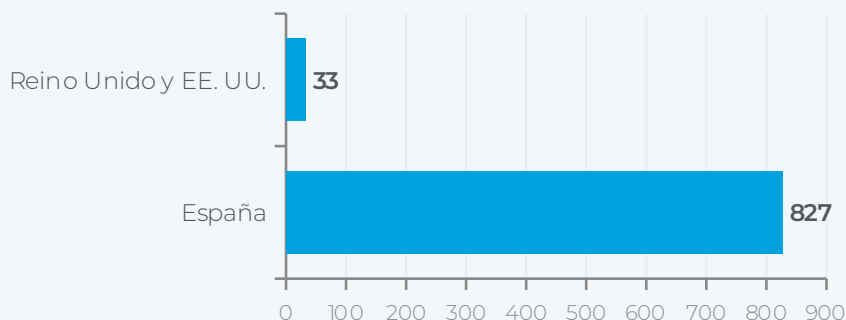
0,10 €

Coste por clic

858

Ventas generadas

Ventas por mercado



Qué se ha hecho

- Optimización de pujas y presupuesto entre campaña de Búsqueda y Performance Max.
- Revisión de términos de búsqueda y ampliación de la lista de negativas.
- Campaña de Búsqueda dedicada a productos concretos, separada del genérico.
- Mercado internacional en pausa parcial: el coste por venta no justificaba el volumen.

Catálogo Advantage+ y contenido social

Campaña	Inversión	Alcance	Impresiones	Resultado
Venta de entradas · Catálogo Advantage+	140,55 €	16.967	48.194	130 compras
Reel 1	15,00 €	5.120	6.518	6.461 interac.
Reel 2	5,79 €	2.382	2.904	2.776 interac.
Promoción de publicaciones	15,00 €	7.052	13.990	2.472 interac.

1,08 €

Coste por compra en la campaña de venta

65.161

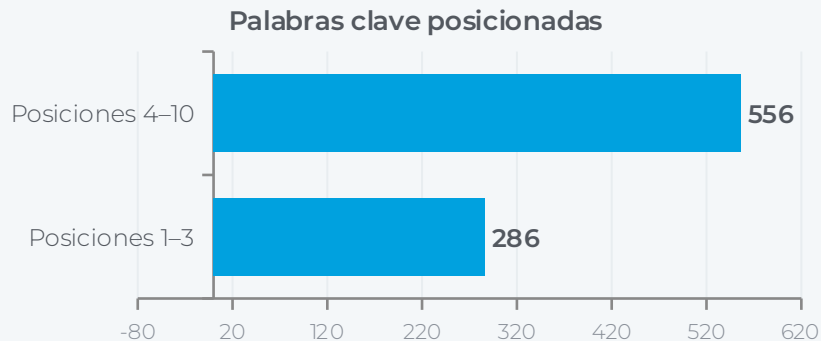
Impresiones de la campaña de venta

35,79 €

Inversión en contenido de marca

El contenido social (reels y publicaciones) no persigue venta directa: su función es notoriedad y recuerdo de marca. Se reporta por separado para no mezclar señales blandas con resultados de negocio.

Posicionamiento y rendimiento en buscadores



246.679

Impresiones en Google

7.112

Clics orgánicos

6,5

Posición media

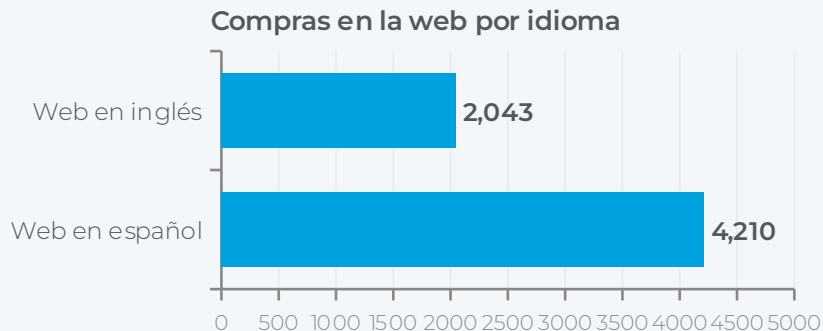
2,9%

CTR orgánico

Acciones SEO del mes

- **3 artículos nuevos** publicados en español e inglés, con marcado Schema para optar a fragmentos destacados.
- **4 artículos traducidos** al inglés para ampliar la cobertura de búsquedas del mercado internacional.
- **286 palabras clave en el top 3** y 556 entre las posiciones 4 y 10: la base sobre la que se trabaja el siguiente salto.

Conversiones y calidad de la medición



6.253
Compras totales

67%
Cuota de la web ES

Móvil
Dispositivo principal de acceso, seguido de ordenador

● Aviso de medición — lo decimos aunque no favorezca

La propiedad de analítica registra este mes 39.707 «formularios» como conversión. No son ventas ni contactos comerciales: es un evento mal configurado que se dispara en pasos intermedios del proceso de compra. Se excluye del cómputo de resultados de este informe y se ha abierto la corrección con el equipo de desarrollo. Las cifras de venta que aparecen aquí proceden del evento de compra confirmada.

Acciones realizadas durante el mes

Publicidad

- Optimización continua de campañas en Google Ads.
- Gestión de las campañas de catálogo en Meta.
- Promoción de reels y publicaciones.

Contenidos

- Plan mensual de contenidos para redes.
- 3 artículos de blog en español e inglés.
- Diseño del contenido visual de la marca.

Orgánico y ficha

- Marcado Schema en artículos nuevos.
- Traducción de 4 artículos al inglés.
- Gestión de las fichas de Google Business Profile.

Gestión y reporte

- Atención de mensajes y comentarios.
- Unificación del feed a fondo blanco.
- Informe mensual de resultados.

Diagnóstico y siguientes pasos

● Funciona

La captación de pago es rentable a este nivel de inversión: 0,71 € por venta con 703 € invertidos. Google Ads sostiene el volumen y el orgánico aporta 286 palabras clave en el top 3.

● No funciona

La interacción orgánica en redes es baja (52 interacciones en publicaciones de Facebook). El mercado internacional en Google Ads no rentabiliza: 32 ventas frente a 826 en España.

● Siguiente paso

Priorizar formatos dinámicos en social (reels y carruseles) frente a la publicación estática. Corregir el evento de conversión mal configurado antes del informe siguiente.

Así informamos cada mes

Una página por bloque, cifras verificadas y una decisión clara al final. Sin métricas de adorno: si algo no funciona, aparece en el informe.

MOOD 359

Calle Dr. Fleming, 16 · 18012 Granada
623 064 407 · clic@mood359.com · mood359.com