Guia de practica - Análisis básico de métricas digitales para jóvenes

Nombre: _____

Fecha: _____

Puntaje: _____

1.

¿Qué indican las impresiones en una campaña digital?

1. Número de compras realizadas
2. Número de clics en un anuncio
3. Número de veces que se muestra un anuncio

2.

¿Qué significa CTR?

1. Costo Total de la Campaña
2. Click Through Rate (tasa de clics)
3. Campaña de Tráfico Relevante

3.

Una campaña tiene 2000 impresiones y 50 clics. ¿Cuál es su CTR?

1. 25%
2. 2.5%
3. 4%
4. 0.25%

4.

¿Cómo se llama la métrica que mide el costo por cada mil impresiones? Escribe la sigla de tres letras en mayúsculas.

Respuesta: _____

5.

En una campaña de pago por clic (CPC), si gastas 100 USD y obtienes 200 clics, ¿cuál es el costo por clic?

1. 2 USD
2. 0.20 USD
3. 0.50 USD

6.

¿Qué mide el bounce rate (tasa de rebote)?

1. Porcentaje de clics en un enlace
2. Número de visitas únicas
3. Porcentaje de visitantes que entran y salen sin interactuar

7.

¿Qué es una conversión en marketing digital?

1. El número de visitas a una página
2. La cantidad de seguidores en redes sociales
3. Una acción deseada que realiza el usuario (como comprar o registrarse)

8.

Si 100 personas visitaron una landing page y 5 completaron un formulario, ¿cuál es la tasa de conversión? Responde solo el número (en porcentaje, sin el símbolo %).

Respuesta: _____

9.

¿Qué es el alcance (reach) en redes sociales?

1. Número total de veces que se vio un contenido
2. Número de reacciones a un contenido
3. Número de personas únicas que vieron un contenido

10.

¿Cuál es una ventaja del análisis de métricas digitales?

1. Garantiza el éxito de la campaña
2. Reemplaza la creatividad publicitaria
3. Permite tomar decisiones basadas en datos

11.

En una campaña con CTR alto pero baja tasa de conversión, ¿qué podría estar pasando?

1. El anuncio es muy relevante
2. La página de destino es excelente
3. El anuncio atrae clics poco calificados

12.

¿Qué sigla se usa para la métrica 'retorno de la inversión'? Escribe las tres letras en mayúsculas.

Respuesta: _____

13.

¿Cuál es la fórmula para calcular el ROI?

1. Ingresos / Inversión × 100
2. (Inversión - Ingresos) / Ingresos × 100
3. (Ingresos - Inversión) / Inversión × 100

14.

¿Qué diferencia hay entre una métrica y un KPI?

1. Son sinónimos
2. Las métricas son solo para redes sociales
3. Un KPI es una métrica clave que se vincula a un objetivo

15.

En una campaña de display, ¿qué significa que el CPM sea bajo?

1. Los clics son pocos
2. La tasa de conversión es alta
3. El costo por cada mil impresiones es bajo

16.

Si un anuncio tiene 10,000 impresiones y 100 clics, ¿cuántos clics adicionales se necesitan para alcanzar un CTR del 2%? Responde solo el número.

Respuesta: _____

17.

¿Qué es el costo por adquisición (CPA)?

1. Costo total de la campaña
2. Costo por cada clic
3. Costo promedio para conseguir una conversión

18.

En una prueba A/B, ¿qué se compara?

1. Dos campañas diferentes con público distinto
2. El rendimiento de una campaña antes y después de un cambio
3. Dos versiones de un mismo elemento para ver cuál rinde mejor

19.

¿Cuál de los siguientes NO es un KPI común en marketing digital?

1. Impresiones
2. Temperatura del servidor
3. Tasa de conversión

20.

Si una campaña tiene un CTR de 3% y un CPC de 0.50 USD, ¿cuánto se gastó en total si hubo 15,000 impresiones?

1. 225 USD
2. 750 USD
3. 1500 USD