

## Informe 360: Análisis de Respuestas a Campañas y Patrones de Consumo

Carnes

Dulces

Frutas

Oro

Pescados

Vinos

2240  
Total Clientes

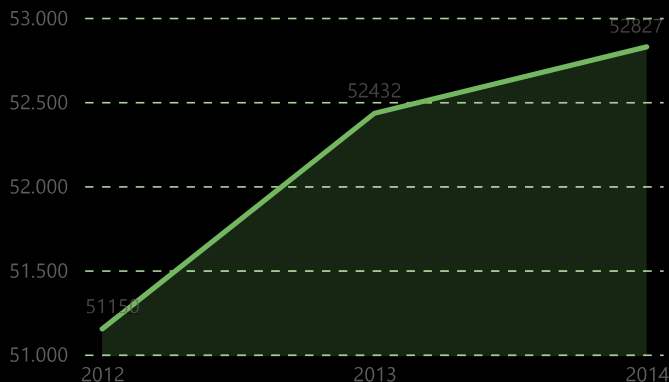
667  
Clientes Ca...

30 %  
% Clientes Ca...

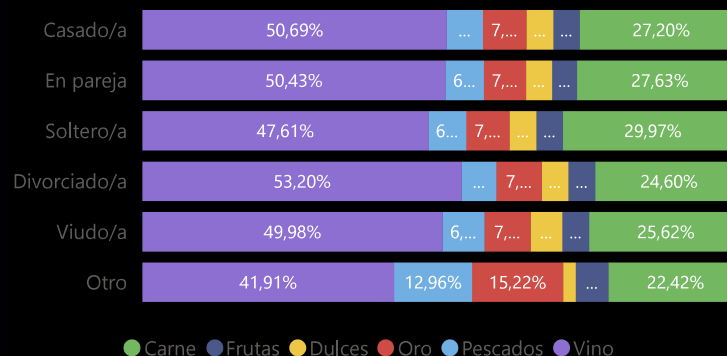
5  
N° Campañas



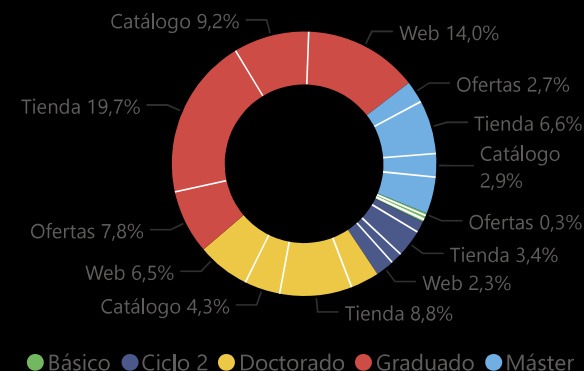
Promedio ingresos por clientes por año por año



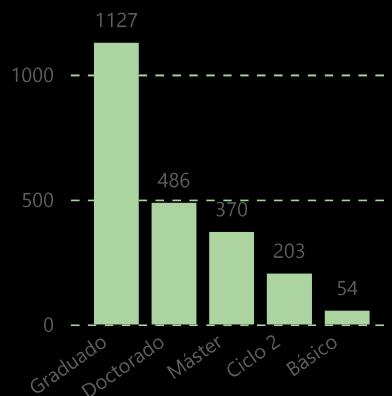
Preferencias de Productos por Estado Civil



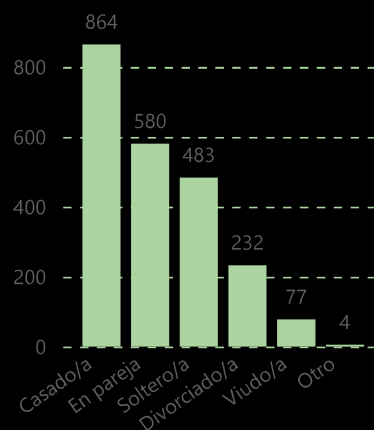
Distribución de Compras por Canal y Nivel Educativo



Distribución de Clientes según Nivel Educativo



Total Clientes por Estado Civil



Evolución de Clientes Según Año, Mes y Campaña

Año	Mes	Clientes	% Campaña	Campaña 1	C
2012	agosto	118	24 %	4	
2012	noviembre	97	40 %	7	
2013	mayo	104	40 %	9	
2013	enero	107	30 %	6	
2013	abril	88	20 %	3	
2013	julio	99	24 %	3	
2013	septiembre	94	26 %	5	
2013	octubre	117	34 %	7	
2014	enero	90	38 %	6	
2014	abril	94	32 %	6	
2014	junio	74	31 %	8	
2012	octubre	95	29 %	3	
2013	marzo	102	36 %	11	
Total		2240	30 %	144	

Evolución de Compras por Canal por Año y Trimestre

Trimestre	Producto	%TC Total	Compras Web	Compras Catálogo	Compra
Vinos					
2013		50,24 %	1205	719	15
2012					
2014		29,00 %	696	428	10
Carnes					
2013		8,00 %	168	118	2
2014		10,66 %	180	199	3
2012					
Oro					
2013		1,08 %	78	21	8
2012					
2014		0,37 %	37	12	5
Pescados					