

Project: Develop a Digital Marketing Strategy

Analysis of Website Analytics Data

Instructions: Use this template to document your responses for Exercise 3: Analysis of Website Analytics Data.

Analysis of metrics to provide data-driven insights

Question 1: Which traffic source is the most cost-effective (lowest cost per sale)? Why do you think this source is performing well?

Answer:

O email marketing é a fonte de tráfego mais custo-efetiva, com o custo por venda mais baixo.

Explanation:

O email marketing apresenta a taxa de conversão mais elevada (12%) e um custo por venda inferior a todas as outras fontes. Este desempenho deve-se ao facto de atingir utilizadores que já conhecem a marca e demonstraram interesse prévio, o que reduz a barreira à conversão.

Question 2: Which traffic source is generating the highest revenue? Should Fuxeglow increase spending on this channel? Why or why not?

Answer:

A pesquisa orgânica (SEO) é a fonte de tráfego que gera a maior receita total

Explanation:

O SEO gera o maior volume de vendas com um custo por venda muito baixo, demonstrando elevada eficiência e forte intenção de compra por parte dos utilizadores. A Fuxeglow deve continuar a investir neste canal, sobretudo em conteúdos de qualidade e otimização do website. No entanto, o aumento do investimento deve ser gradual, uma vez que os resultados de SEO dependem de estratégias de médio a longo prazo.

Question 3: Which age group is the most profitable (highest revenue and lowest cost per sale)? What does this tell us about Fuxeglow's ideal customer?

Answer:

O grupo etário dos 25–34 anos é o mais rentável, apresentando a maior receita e um dos custos por venda mais baixos.

Explanation:

Este grupo combina elevado engagement, uma taxa de conversão significativa (9%) e forte poder de compra. Os dados indicam que o cliente ideal da Fuxeglow é uma mulher jovem-adulta, profissional, com interesse em skincare premium e disposta a investir em produtos de qualidade que tragam resultados visíveis e conveniência.

Question 4: Which region has the best conversion rate and highest engagement? What marketing strategy should Fuxeglow use to further capitalize on this region?

Answer:

Os Estados Unidos apresentam a melhor taxa de conversão (7%) e um dos níveis de engagement mais elevados (58%).

Explanation:

O desempenho superior dos Estados Unidos indica um forte alinhamento entre a oferta da Fuxeglow e as necessidades deste mercado. Para capitalizar ainda mais esta região, a marca deve investir em campanhas localizadas, parcerias com influenciadores norte-americanos e conteúdos adaptados ao estilo de vida profissional urbano. Estratégias de retargeting e email marketing segmentado podem reforçar a fidelização e aumentar o valor do cliente a longo prazo.