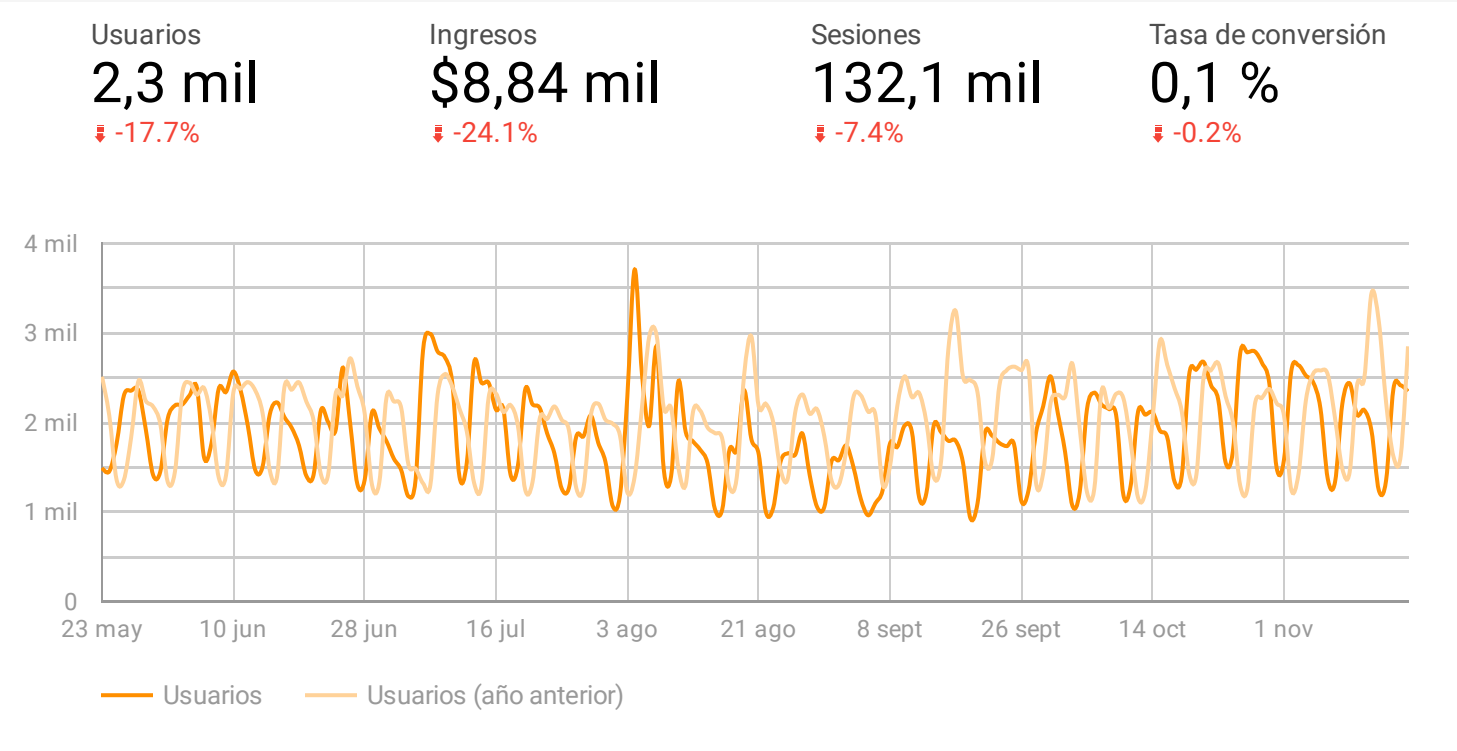
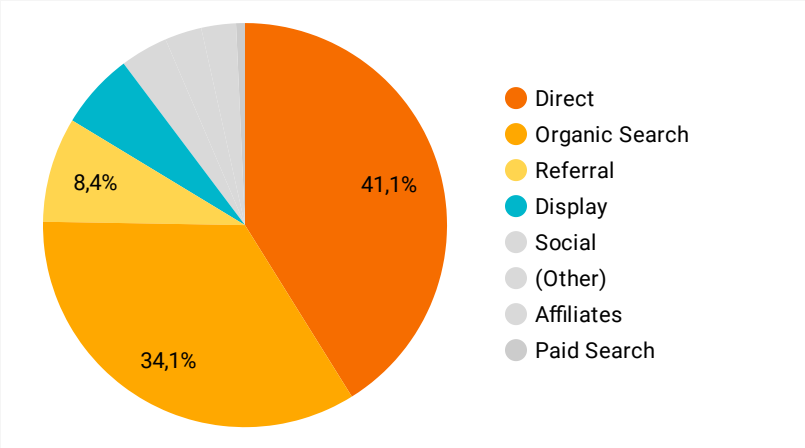


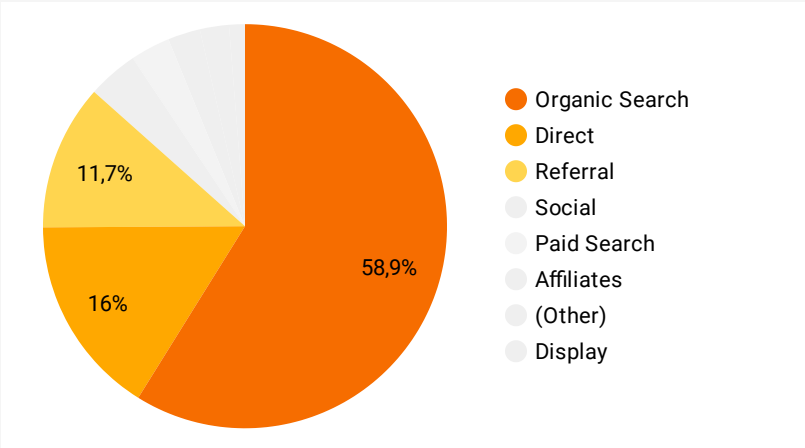
Comparativa general con el año pasado



Distribución de los canales de adquisición (actual)



Distribución de los canales de adquisición (año anterior)



Rendimiento de las campañas de Google Ads a comparación del año anterior

Clics

3,8 mil

-74.2%

Ingresos

\$31,54 mil

-1.0%

Coste por conversión

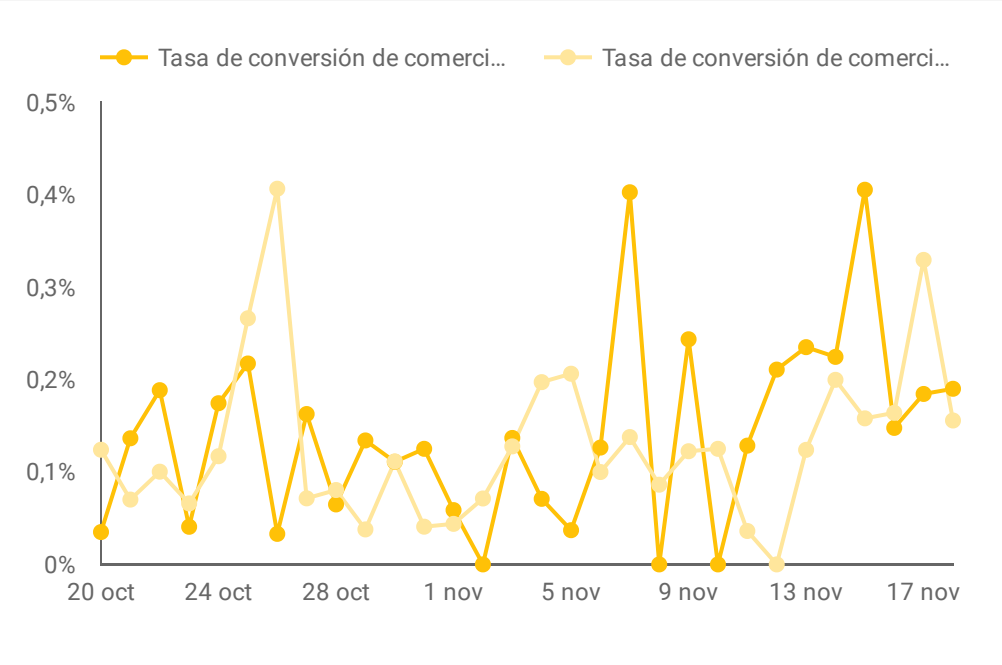
\$0,0

-48.4%

	Campaña	ID	Clics	% Δ	Porcentaje de r...	% Δ
1.	AW - Google Brand ...	1688889738	2.198	-57.9%	31,35 %	19.8%
2.	AW - YouTube	1686803890	502	-78.7%	65,25 %	2.9%
3.	AW - Apparel	1688886429	387	-86.3%	41,15 %	28.2%
4.	AW - YouTube	116002607...	258	-	82,69 %	-
5.	AW - Google Brand ...	109086391...	129	-	23,89 %	-
6.	AW - Bags	1688240527	80	-81.5%	28 %	-33.9%
7.	AW - Accessories	1687828286	71	-94.9%	61,9 %	76.2%
8.	AW - Google Brand ...	108729947...	54	-	40,91 %	-
9.	AW - Drinkware	1688239342	33	-91.1%	84,62 %	138.5%
10.	AW - Android Brand	1688241292	33	-96.1%	17,65 %	-62.9%
11.	AW - Office	1688240377	19	-94.1%	50 %	31.7%

1 - 18 / 18

Tasa de conversión de comercio electrónico



Palabras clave, usuarios y porcentaje de rebote (actual)

	Palabra clave	Usuarios ▾	Porcentaje de re...
1.	Google Merchandise Store	1.002	32,96 %
2.	Google Merchandise	271	28,93 %
3.	google merch store	110	27,21 %
4.	google merchandise store	105	48,45 %
5.	Google Swag	84	26,13 %
6.	+youtube +merchandise	62	78,13 %
7.	youtuber merch	55	82,14 %
8.	Google Apparel	54	30,65 %
9.	Google Clothing	43	42,31 %
10.	YouTube Merchandise Store	35	62,86 %

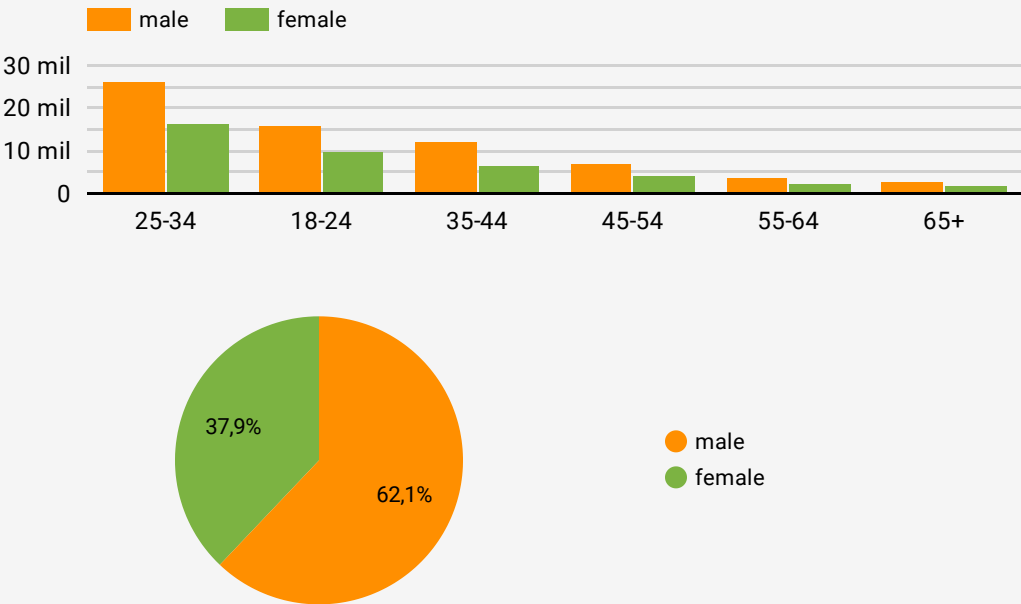
1 - 100 / 312 < >

Palabras clave, usuarios y porcentaje de rebote (año anterior)

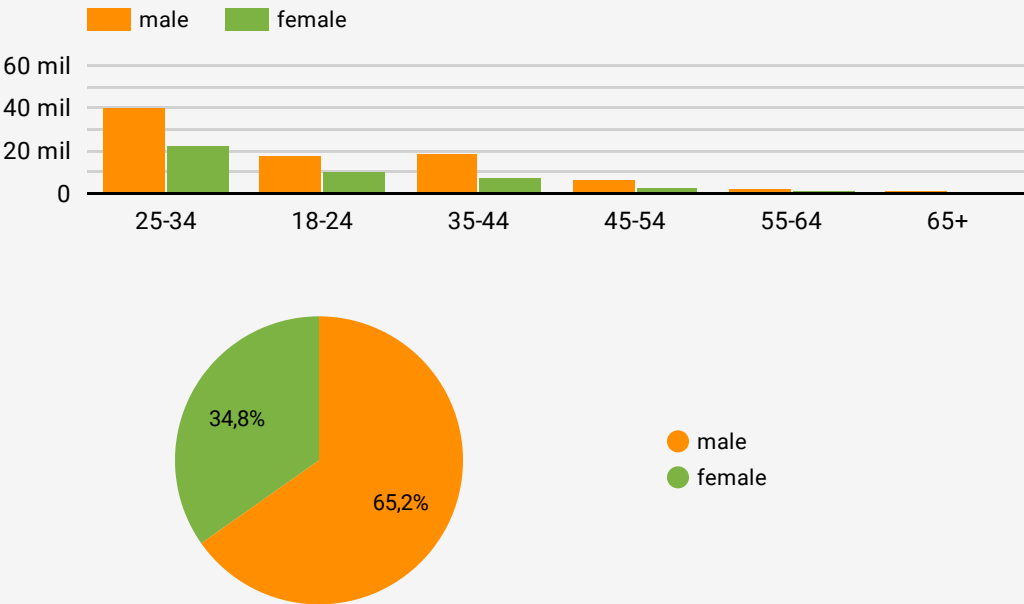
	Palabra clave	Usuarios ▾	Porcentaje de re...
1.	Google Merchandise Store	4.209	26,84 %
2.	Google Merchandise	916	30,56 %
3.	youtube merch	576	61,99 %
4.	google merchandise store	469	47,83 %
5.	youtuber merch	418	77,67 %
6.	Google Clothing	386	32,78 %
7.	google merch store	375	26,21 %
8.	Google Swag	295	31,72 %
9.	google merch	218	34,75 %
10.	youtube store	214	44,31 %

1 - 100 / 763 < >

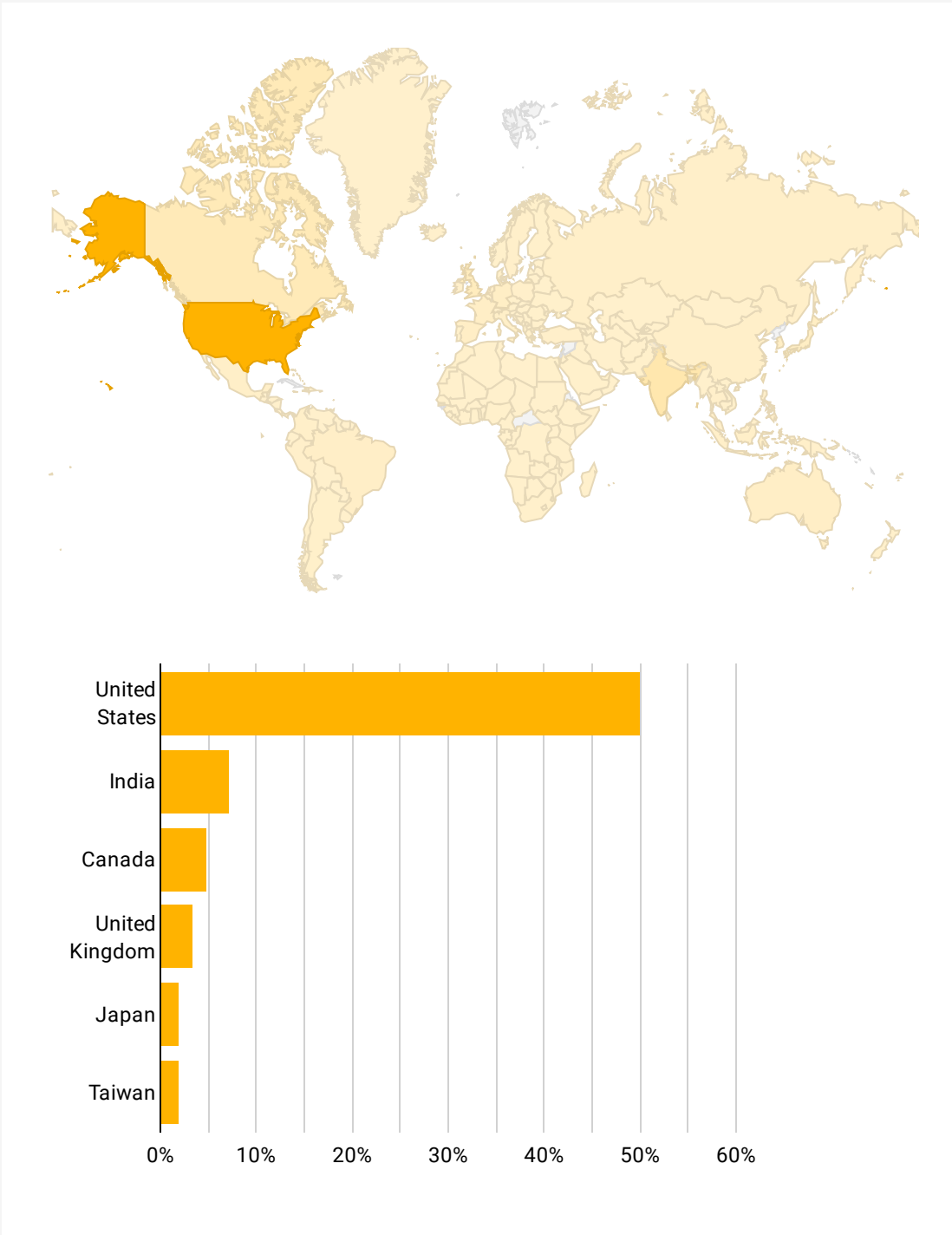
Datos demográficos de los usuarios (actual)



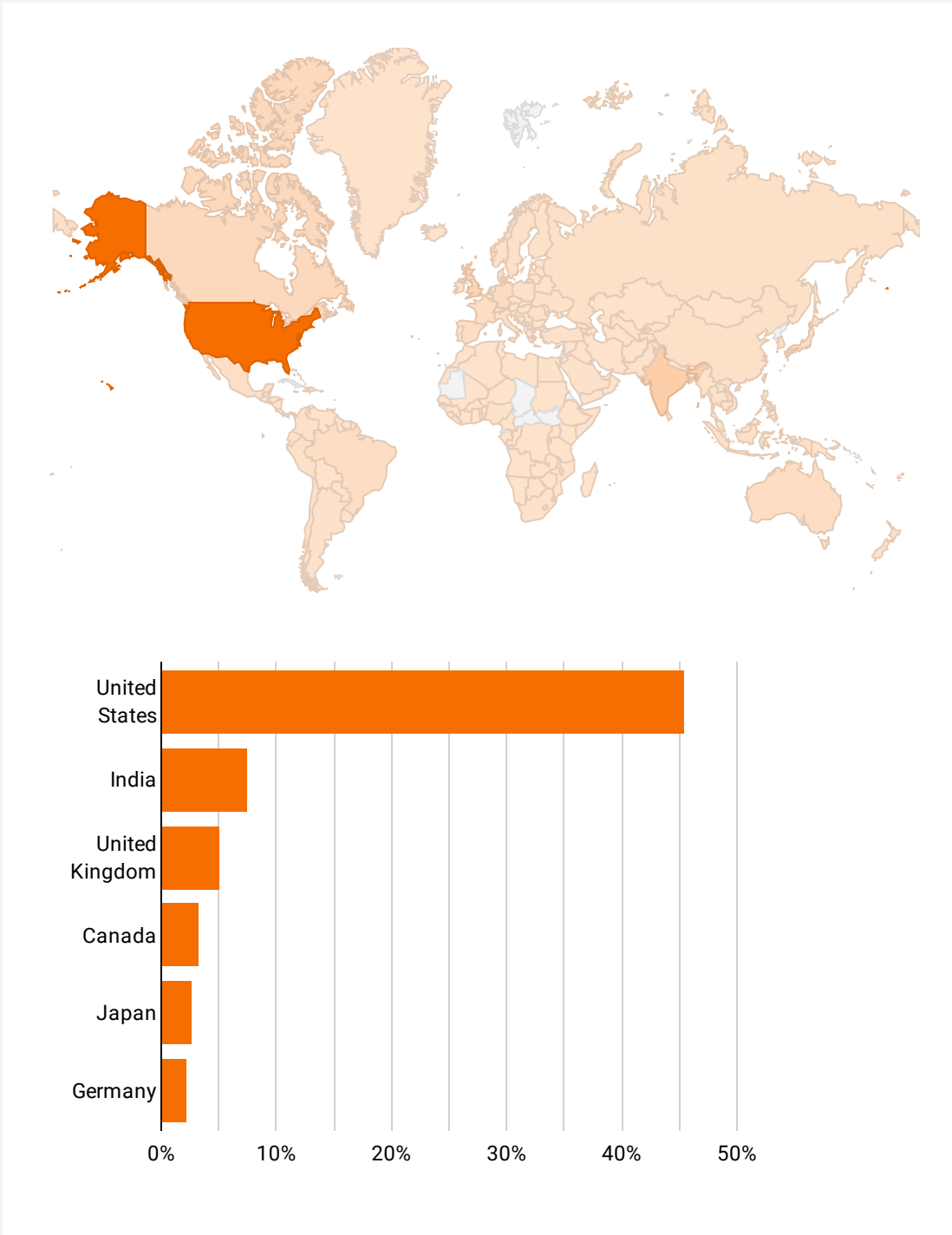
Datos demográficos de los usuarios (año anterior)



Sesiones por país (actual)



Sesiones por país (año anterior)



Adquisición (actual)

Canales Principales		Usuarios	Usuarios nuevos ▾	Sesiones
1.	Direct	110.736	109.493	141.392
2.	Organic Search	96.930	89.824	127.892
3.	Referral	28.281	22.101	51.943
4.	Display	16.382	16.008	20.577
5.	Social	10.471	10.053	11.315
6.	(Other)	10.589	7.878	15.005
7.	Affiliates	8.138	7.365	9.871
8.	Paid Search	2.627	1.926	4.070

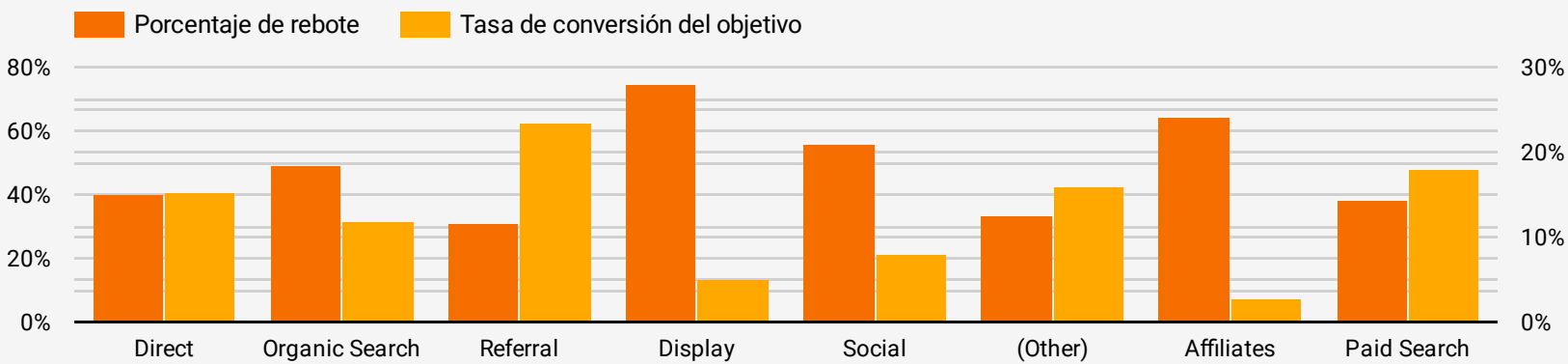
1 - 8 / 8

Adquisición (año anterior)

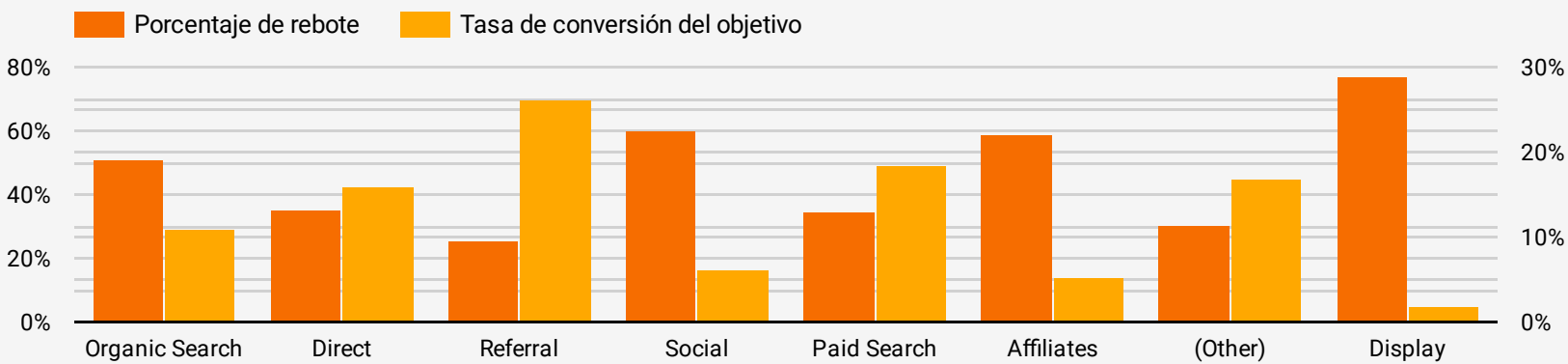
Canales Principales		Usuarios	Usuarios nuevos ...	Sesiones
1.	Organic Search	181.657	171.329	230.894
2.	Direct	47.584	46.717	61.084
3.	Referral	42.168	33.954	67.516
4.	Social	12.662	11.802	13.971
5.	Paid Search	11.287	9.259	15.660
6.	Affiliates	8.285	7.561	9.628
7.	(Other)	9.162	6.777	11.040
8.	Display	3.896	3.683	4.453

1 - 8 / 8

Comportamiento y conversión (actual)



Comportamiento y conversión (año anterior)



Comportamiento del contenido del sitio (actual)

	Título de la página	Visitas ▼	%Visitas	%
1.	Men's / Unisex   Apparel   Google Merchandise Store	202.009	10,44 %	
2.	Home	186.309	9,63 %	
3.	Shopping Cart	112.183	5,8 %	
4.	YouTube   Shop by Brand   Google Merchandise Store	89.725	4,64 %	
5.	Apparel   Google Merchandise Store	89.080	4,6 %	
6.	Sale   Google Merchandise Store	87.774	4,54 %	
7.	Bags   Lifestyle   Google Merchandise Store	83.247	4,3 %	
8.	New   Google Merchandise Store	79.503	4,11 %	
9.	Drinkware   Lifestyle   Google Merchandise Store	76.944	3,98 %	
1...	Store search results	64.472	3,33 %	
				1 - 100 / 2062 < >

Comportamiento del contenido del sitio (año anterior)

	Título de la página	Visitas ▼	%Visitas	%
1.	Home	256.936	14,18 %	
2.	Google Online Store	141.550	7,81 %	
3.	Men's T-Shirts   Apparel   Google Merchandise Store	107.743	5,94 %	
4.	Shopping Cart	92.929	5,13 %	
5.	Apparel   Google Merchandise Store	56.394	3,11 %	
6.	YouTube   Shop by Brand   Google Merchandise Store	56.247	3,1 %	
7.	The Google Merchandise Store - Log In	50.232	2,77 %	
8.	Store search results	46.457	2,56 %	
9.	Men's / Unisex   Apparel   Google Merchandise Store	44.814	2,47 %	
1...	Backpacks   Bags   Google Merchandise Store	42.253	2,33 %	
				1 - 100 / 1379 < >

Comportamiento del contenido del sitio (actual)

	Product Cate...	Número de pági...	Número de pá...	Número de...
1.	(not set)	1.013.750	52,72 %	
2.	Apparel	497.092	25,85 %	
3.	Lifestyle	207.185	10,77 %	
4.	Brands	134.420	6,99 %	
5.	New	68.500	3,56 %	
6.	Electronics	1.902	0,1 %	
				1 - 6 / 6 < >

Comportamiento del contenido del sitio (año anterior)

	Product Cat...	Número de pági...	Número de pá...	Número de...
1.	(not set)	879.258	48,51 %	
2.	Apparel	399.561	22,04 %	
3.	Bags	108.026	5,96 %	
4.	Brands	106.769	5,89 %	
5.	Accessories	100.311	5,53 %	
6.	Drinkware	71.406	3,94 %	
7.	Office	60.289	3,33 %	
8.	Lifestyle	46.936	2,59 %	
9.	Nest	17.989	0,99 %	
10.	New	17.693	0,98 %	
11.	Electronics	4.324	0,24 %	
				1 - 11 / 11 < >

## Puntos a considerar

18 de noviembre de 2020

Después de analizar los datos de los últimos seis meses y hacer la comparación con los del año pasado, los puntos más importantes a tener en cuenta son:

- Los ingresos bajaron un 24% en relación a los datos del año anterior.
- La tasa de conversión bajo un 0.2%.
- El tráfico de usuarios tiene un comportamiento similar al del año anterior pero bajo un 17% la cantidad de usuarios que ingresan a la página.
- Los tres canales principales siguen siendo los mismos que el año anterior solo que actualmente ingresan más usuarios por el canal "Direct", canal en el que usualmente la mayoría son usuarios con cierta familiaridad con la página o usuarios frecuentes.
- La tasa de conversión de comercio electrónico, tuvo un comportamiento similar, al igual que en el año anterior no rebaso el 0.5%.
- Las palabras clave son similares a las del año anterior, las palabras clave que hacen alusión a un artículo en específico (mochila, sombrero) tienen menos porcentaje de rebote que palabras clave que representan algo general de la página como una categoría.
- Los usuarios tienen una distribución similar respecto al anterior año, en su mayoría un 65% aprox. son del sexo masculino y un 35% aprox. son del sexo femenino.
- Nuestra audiencia proviene principalmente de Estados Unidos, Canadá e India.

## Propuestas

En general la mayoría de indicadores bajaron con respecto al año anterior y las campañas de Google Ads no están funcionando, por lo cuál mis propuestas de mejora son:

1. Subir el indicador de canal de adquisición "Social": Invertir en campañas relacionadas con redes sociales, ya que de acuerdo con los datos la mayor parte de los usuarios son en su mayoría adultos jóvenes de 20 a 30 años y una manera de llegar a más audiencia de este tipo es a través de las redes sociales.
2. Atraer al público hispanohablante: La gran mayoría de las sesiones provienen de países donde tienen como idioma el inglés (Estados Unidos, Reino Unido, Canadá). Traducir la página al español podría atraer más visitas a la página.
3. Añadir mercancía relacionada a "YouTube": De acuerdo con las palabras clave, hay un gran sector de usuarios que ingresa a la página buscando artículos relacionados con "youtube" y al no encontrar algo que lo convenza abandona la página, por eso las palabras clave que tienen "youtube" tienen un alto porcentaje de rebote.
4. Actualizar el catálogo: A diferencia del año anterior la página mas vista no fue Home sino la página de vestimenta para hombre/unisex, esto sumado a que el principal canal de adquisición es el directo y la cantidad de vistas de la página "nuevo", probablemente se deba a usuarios que regresan para revisar si hay algo diferente de lo que ya han visto en el catálogo.