

Proyecto Sistemas y Servicios de Almacenamiento

Creación de un Dashboard de una campaña publicitaria

- **¿Cuál ha sido el tráfico web, las unidades vendidas y el importe de venta en el periodo analizado?**

Tráfico Web Total – 8.488,892

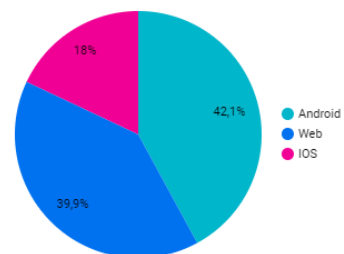
Unidades Vendidas Total – 296.783

Importe Total – 7.277.592,8

Dispositivo	Trafico Web	Unidades vendidas	Importe de venta
Android	3.571.062	105.839	1.924.260,09
Web	3.390.020	149.461	3.793.138,89
IOS	1.527.810	41.483	1.560.193,82

1 - 3 / 3 < >

Trafico Web Total 8.488.892	Unidades Vendidas Total 296.783	Importe Total 7.277.592,8
---------------------------------------	---	-------------------------------------



También lo podemos ver desglosado desde cada dispositivo y el porcentaje correspondiente en el gráfico de tarta.

Vemos que el 42% del trafico es desde dispositivo Android, pero que más ventas se han hecho desde la web.

- **¿Cuántos GRPs ha hecho en TV y Radio? ¿Cuántas impresiones ha servido en digital? ¿Cuánto se ha gastado en la campaña publicitaria del anunciante?**

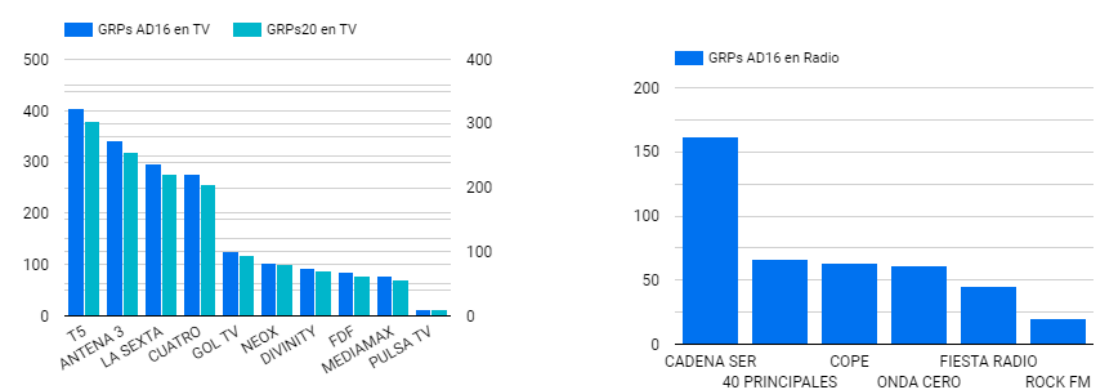
En TV se han hecho 1.813,42 GRPs.

GRPs AD16 en TV 1.813,42

En Radio se han hecho 417,9 GRPs.

GRPS_AD16 417,9

En los gráficos vemos en que cadena de TV y Radio se han hecho.



En TV más se ha hecho en T5 – 403,62

En Radio – Cadena Ser – 161.56

Las impresiones en digital son:

[Social](#) – 7.723.800 y se han gastado 85.613,32 euros



Lo vemos en tablas:

Nombre Campaña en Social	Impresiones	Inversión
Sistemas_Ene19_Usuaría_Anuncio14_LeadAd...	1.943.494	18.873,07
Sistemas_Ene19_Usuaría_Anuncio15_LeadAd...	659.348	6.701,82
Sistemas_Abr19_Usuaría_Anuncio1_LeadAd_M...	500.068	6.034,2
Tratamiento_Abr19_Usuaría_Anuncio3_MásInfo	436.095	7.062,52
Sistemas_Ene19_Usuaría_Anuncio15_LeadAd	411.021	4.455,52
Marca_Ene19_Usuaría_Anuncio3_10%	407.973	4.278,9
Marca_Ene19_Usuario_Anuncio6_MásInfo	400.163	3.816,19
Tratamiento_Abr19_Usuaría_Anuncio3	331.056	4.658,33
Marca_Ene19_Usuaría_Anuncio4	239.182	2.595,81
Marca_Ene19_Usuaría_Anuncio2	222.142	2.162,45

Todo									
Sistemas_Ene19_Usuaría_Anun...	Tratamiento_A...	Marca_Ene19...							
		Marc...	Trata...	Marc...					
Tratamien...	Sistemas_Ene19_U...	Marca...	Marca...	Sist...	Sist...	Sistema...			
		Sist...	Trat...	Tr...	T...	S...			

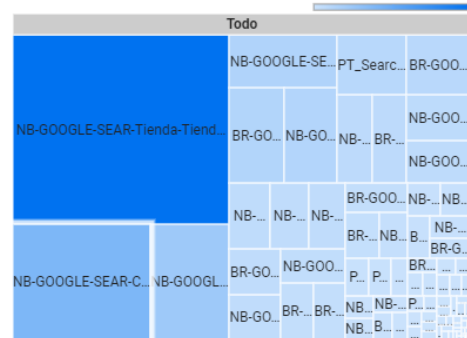
Sem - 2.378.611 y se han gastado 83.308,16

Impresiones en SEM
2.378.611

Coste total de la Campaña
83.308,16

Lo vemos también en tablas:

Nombre Campaña	Impresiones...	Inversión
NB-GOOGLE-SEAR-Tienda-TiendasAuricu...	2.018.882	3.386,72
NB-GOOGLE-SEAR-Tienda-TiendasTecla...	79.846	24.339,59
NB-GOOGLE-SEAR-Software-Tratamiento...	37.951	5.473,87
NB-GOOGLE-SEAR-Componente-Compo...	34.038	9.426
PT_Search_Non-Brand_Prevenção_BMM	28.944	2.416,84
PT_Search_Non-Brand_Concorrência_B...	27.230	494,29
BR-GOOGLE-SEAR-MarcaPura-MarcaPur...	11.480	3.084,35
BR-GOOGLE-SEAR-Marca-Broad	11.067	2.278,13
NB-GOOGLE-SEAR-Formatos-FormatosP...	10.573	1.561,02

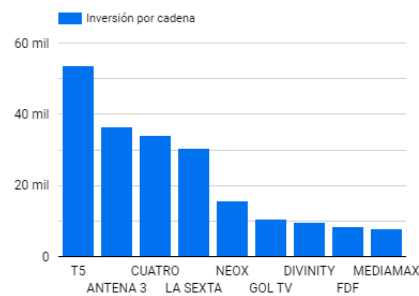


- **¿En qué cadena de TV se ha invertido más? ¿En qué emisora de radio se han emitido más GRPs?**

Más se ha invertido en T5 con 264.227,92 euros

Cadenas de TV

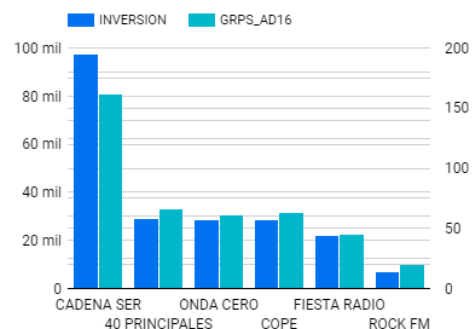
CADENA	INVERSION ▼
T5	264.227,92
ANTENA 3	220.725,11
LA SEXTA	198.672,85
CUATRO	190.755,28
GOL TV	84.525,22
NEOX	75.666,19
FDF	53.191,9
DIVINITY	49.626,61
MEDIAMAX	46.242,75
	1 - 10 / 10 < >



En Radio más se ha invertido en Cadena Ser con 97.378,82 euros

Emisoras de Radio

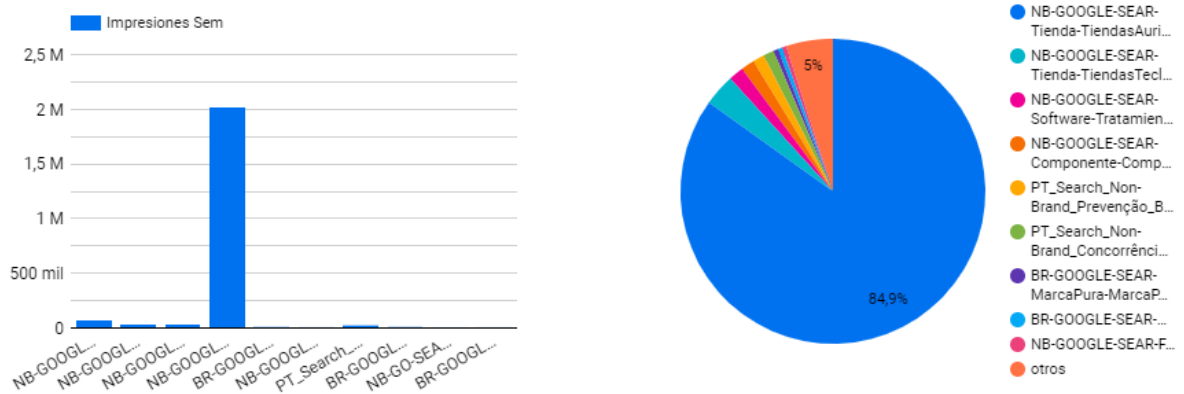
EMISORA	INVERSION	GRPS_AD16
CADENA SER	97.378,82	161,56
FIESTA RADIO	21.966,68	45,44
40 PRINCIPAL...	29.370,22	66,54
ONDA CERO	28.702,12	61,12
COPE	28.684,16	62,82
ROCK FM	6.971,02	20,42



- ¿Qué campaña de paid search ha servido más impresiones? ¿Y para social?

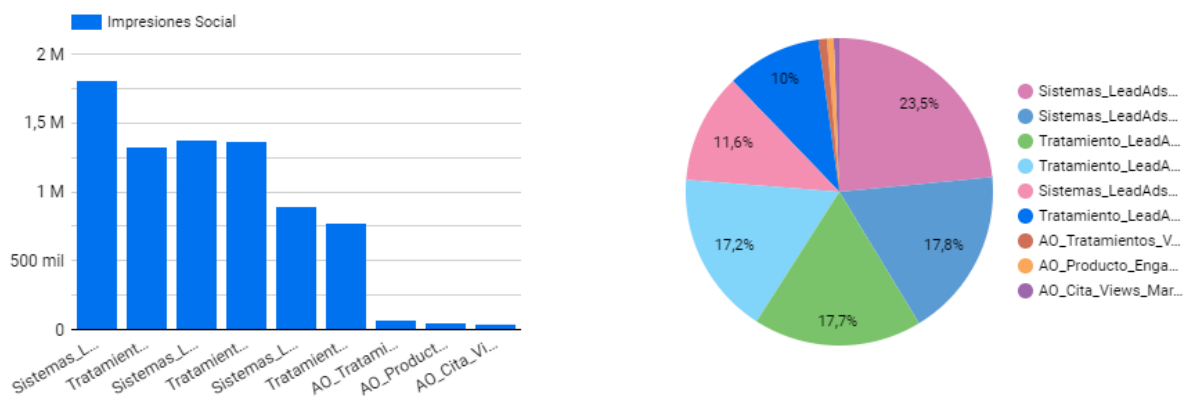
Más Impresiones ha servido la campaña NB-GOOGLE-SEAR-Tienda-TiendasAuricular-Broad – 2.018.882, 84,9% del total de las Impresiones.

Paid search en Sem



Y para **Social** la campaña – 'Sistemas_LeadAds_Abril19' -1.813.933 impresiones, 23.5% del total de las Impresiones.

Paid search en Social



- **Tras la emisión de un anuncio de TV, ¿se genera algún incremento relevante en el tráfico web del anunciante?**

Vamos a cruzar las Tablas kpi y plan_medios_tv.

Hemos seleccionado para el día 26 de marzo de 2019 a las 20, 21 y 22 horas

El grafico nos muestra los picos cuando se han producido los anuncios las visitas y los GRPs que ha habido.

