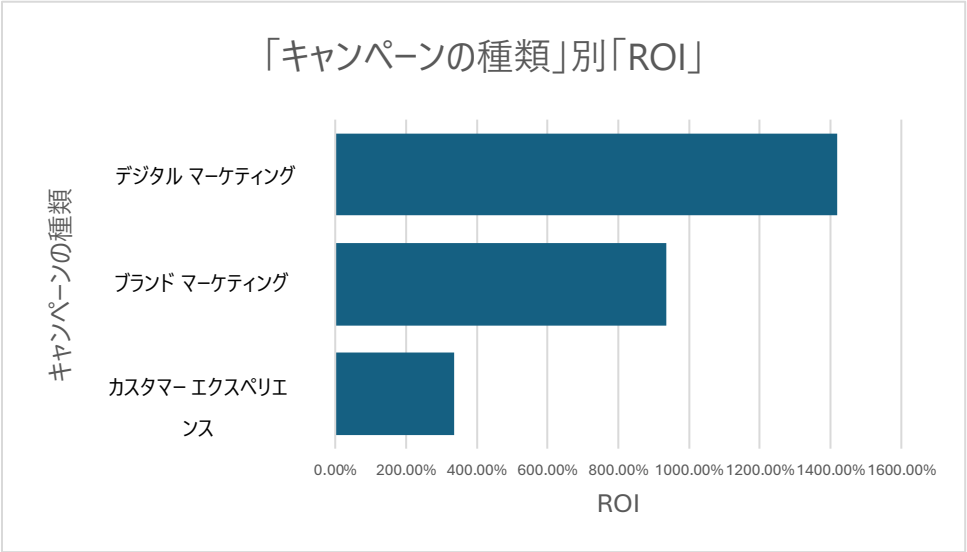
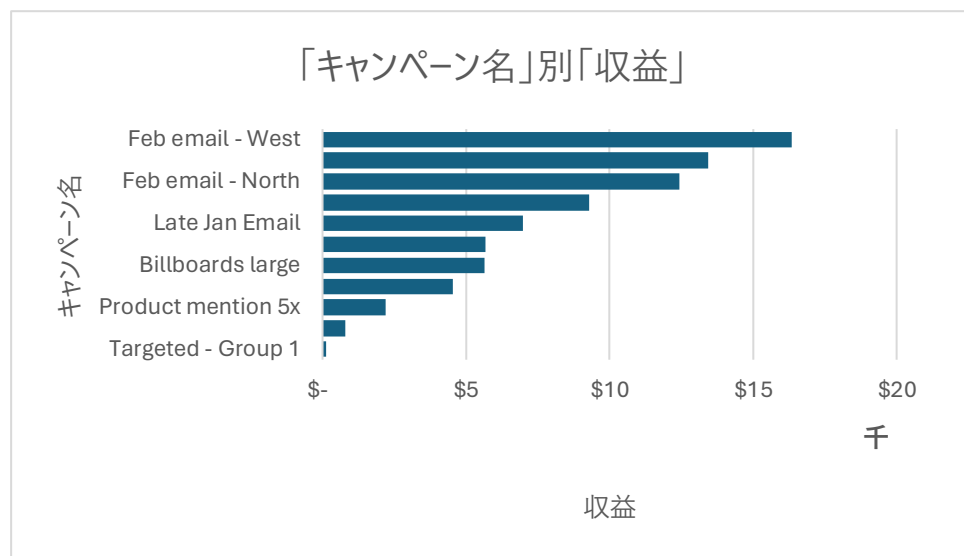


キャンペーン オーナー	キャンペー ン名	発売 日	キャンペーン の種類	予算	収益	対象となるユー ザーの総数	エンゲージメン トの高いユーザ ー	ROI	発売か らの日 数
Halima、 Yakubu	Late Jan Email	1月 27 日	デジタルマー ケティング	500 ドル	6,980 ドル	4205	465	1296. 00%	366
Kovaleva、 Anna	Billboards small	1月 29 日	ブランドマー ケティング	250 ドル	4,732 ドル	2000	500	1792. 80%	364
Smith、 Avery	Billboards large	2月 3日	ブランドマー ケティング	4,50 0ドル	5,632 ドル	10000	362	25.16 %	359
Glazkov、 Ilya	Product review 3x	1月 16 日	カスタマーエ クスペリエン ス	2,75 0ドル	5,676 ドル	35000	5418	106.4 0%	377
Lawson、 Andre	Targeted - Group 1	3月 5日	デジタルマー ケティング	5,80 0ドル	136 ドル	10000	285	- 97.66 %	329
Cartier、 Christian	Billboards small	1月 3日	ブランドマー ケティング	800 ドル	8,703 ドル	2500	496	987.8 8%	390
Barden、 Malik	Industry Conference	2月 23 日	カスタマーエ クスペリエン ス	600 ドル	4,540 ドル	950	618	656.6 7%	339
Macedo、 Beatriz	Targeted - Group 2	2月 25 日	デジタルマー ケティング	800 ドル	788 ドル	2000	367	- 1.50 %	337
Halima、 Yakubu	Feb email - North	2月 11 日	デジタルマー ケティング	500 ドル	12,42 3ドル	4205	902	2384. 60%	351
Halima、 Yakubu	Feb email - South	3月 13 日	デジタルマー ケティング	500 ドル	9,293 ドル	3687	673	1758. 60%	321
Halima、 Yakubu	Feb email - West	3月 22 日	デジタルマー ケティング	500 ドル	16,34 2ドル	5278	1029	3168. 40%	312
Connors、 Morgan	Product mention 5x	2月 6日	カスタマーエ クスペリエン ス	635 ドル	2,208 ドル	55000	1470	247.7 2%	356

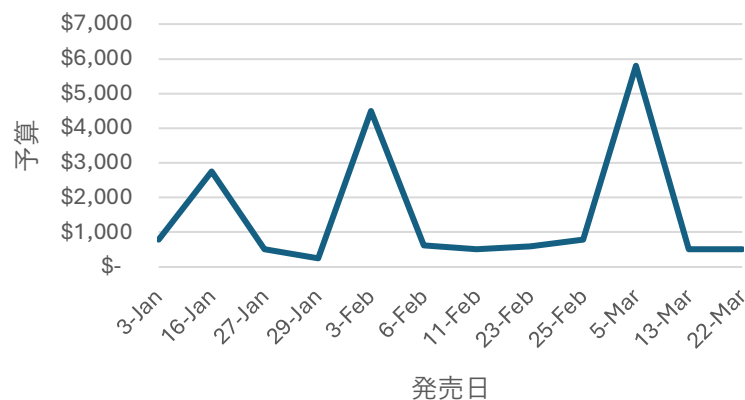
キャンペーンの種類	平均 ROI
デジタル マーケティング	1418.07%
ブランド マーケティング	935.28%
カスタマー エクスペリエンス	336.93%
総計	1027.09%



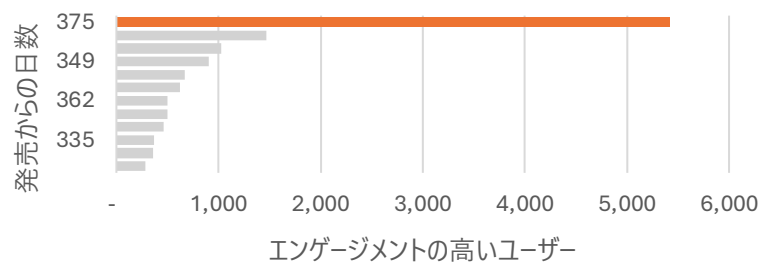
キャンペーン名	収益総額
Feb email - West	16,342 ドル
Billboards small	13,435 ドル
Feb email - North	12,423 ドル
Feb email - South	9,293 ドル
Late Jan Email	6,980 ドル
Product review 3x	5,676 ドル
Billboards large	5,632 ドル
Industry Conference	4,540 ドル
Product mention 5x	2,208 ドル
Targeted - Group 2	788 ドル
Targeted - Group 1	136 ドル
総計	77,453 ドル



「発売日」別「予算」



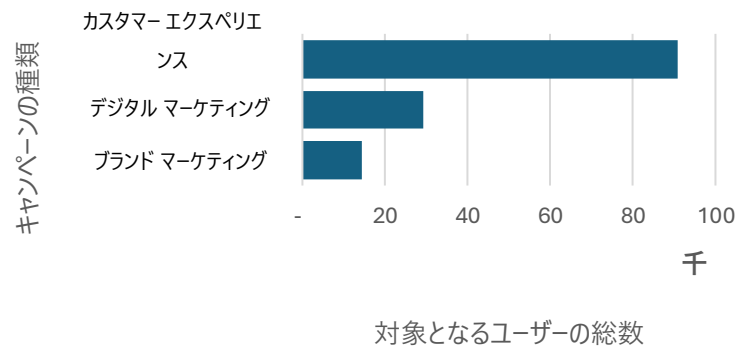
「発売からの日数」: 375では、「エンゲージメントの高いユーザー」が著しく高くなっています。



「キャンペーンの種類」: デジタル マーケティングが「収益」の大部分を占めます。



「キャンペーンの種類」別「対象となるユーザーの総数」



「キャンペーン名」: Targeted - Group 1 と Billboards large の「予算」は著しく高くなります。

