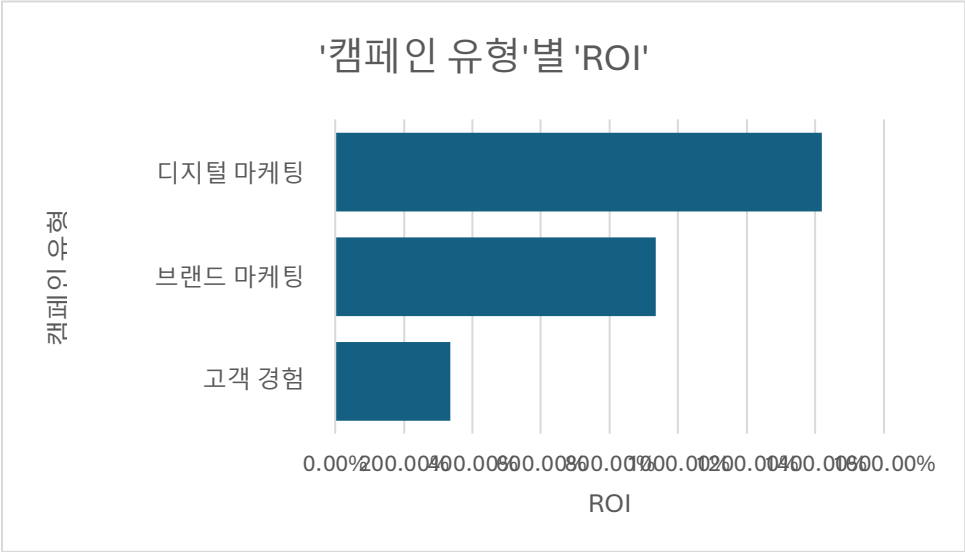
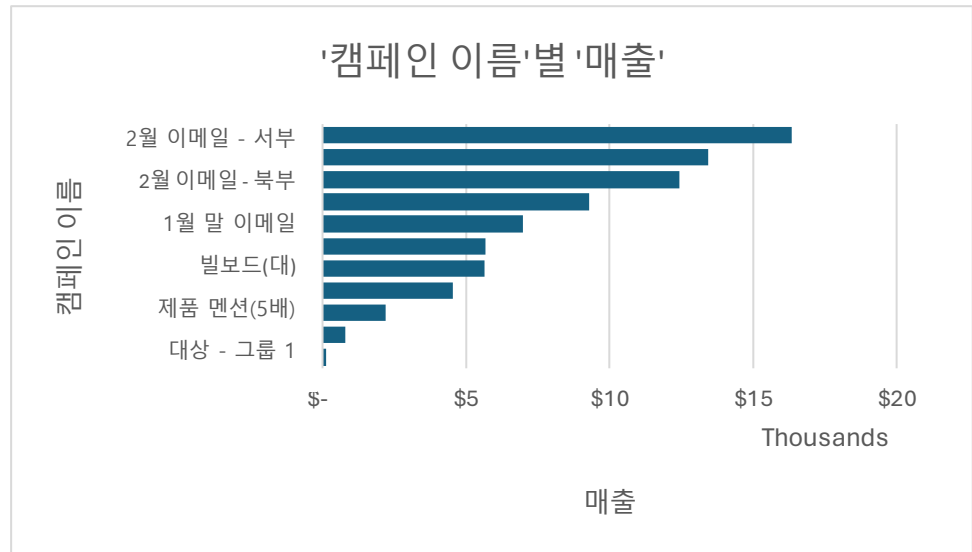


캠페인 담당자	캠페인 이름	시작 날짜	캠페인 유형	예산	매출	총 대상 사용자	참여한 사용자	ROI	시작 날짜 이후 진행 기간
Halima, Yakubu	1월 말 이메일	1/27	디지털 마케팅	\$ 500	\$ 6,980	4,205	465	1296.00%	366
Kovaleva, Anna	빌보드 (소)	1/29	브랜드 마케팅	\$ 250	\$ 4,732	2,000	500	1792.80%	364
Smith, Avery	빌보드 (대)	2/3	브랜드 마케팅	\$ 4,500	\$ 5,632	10,000	362	25.16%	359
Glazkov, Ilya	제품 리뷰(3배)	1/16	고객 경험	\$ 2,750	\$ 5,676	35,000	5,418	106.40%	377
Lawson, Andre	대상 - 그룹 1	5/5	디지털 마케팅	\$ 5,800	\$ 136	10,000	285	-97.66%	329
Cartier, Christian	빌보드 (소)	1/3	브랜드 마케팅	\$ 800	\$ 8,703	2,500	496	987.88%	390
Barden, Malik	업계 컨퍼런스	2/23	고객 경험	\$ 600	\$ 4,540	950	618	656.67%	339
Macedo, Beatriz	대상 - 그룹 2	2/25	디지털 마케팅	\$ 800	\$ 788	2,000	367	-1.50%	337
Halima, Yakubu	2월 이메일 - 북부	2/11	디지털 마케팅	\$ 500	\$ 12,423	4,205	902	2384.60%	351
Halima, Yakubu	2월 이메일 - 남부	13/5	디지털 마케팅	\$ 500	\$ 9,293	3,687	673	1758.60%	321
Halima, Yakubu	2월 이메일 - 서부	22/5	디지털 마케팅	\$ 500	\$ 16,342	5,278	1,029	3168.40%	312
Connors, Morgan	제품 멘션(5배)	2/6	고객 경험	\$ 635	\$ 2,208	55,000	1,470	247.72%	356

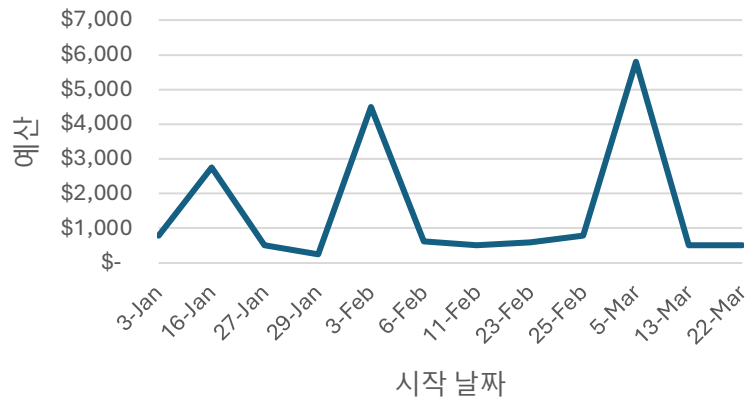
캠페인 유형	평균 ROI
디지털 마케팅	1418.07%
브랜드 마케팅	935.28%
고객 경험	336.93%
총합계	1027.09%



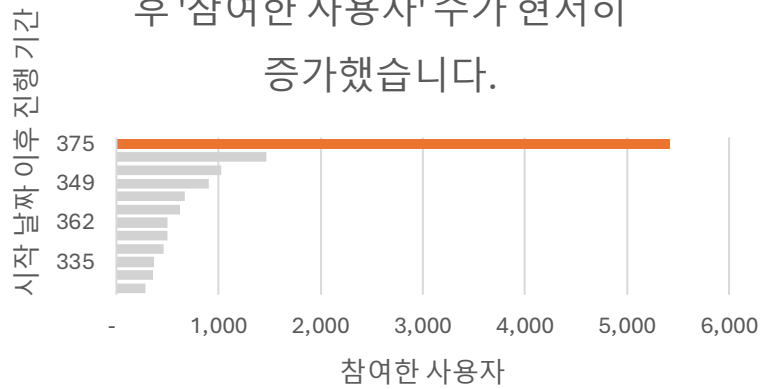
캠페인 이름	매출 합계
2월 이메일 - 서부	\$ 16,342
빌보드(소)	\$ 13,435
2월 이메일 - 북부	\$ 12,423
2월 이메일 - 남부	\$ 9,293
1월 말 이메일	\$ 6,980
제품 리뷰(3배)	\$ 5,676
빌보드(대)	\$ 5,632
업계 컨퍼런스	\$ 4,540
제품 멘션(5배)	\$ 2,208
대상 - 그룹 2	\$ 788
대상 - 그룹 1	\$ 136
총합계	\$ 77,453



'시작 날짜'별 '예산'



'시작 날짜 이후 진행 기간': 375일 경과
후 '참여한 사용자' 수가 현저히
증가했습니다.



'캠페인 유형': Digital marketing에서
대다수 '매출'이 발생했습니다.



