|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **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%** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

디지털 마케팅

브랜드 마케팅

고객 경험

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | |  | | |  | | |
|  |  | | **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** | | |
|  |  | |  | | |  | | |
|  | | |  | | --- | |  | | |  |  | |  |  | |  |  |  |  |
|  | |  | |  |  | |  |  | |  |  |  |  |
|  | |  | |  |  | |  |  | |  |  |  |  |
|  | |  | | 2월 이메일 - 서부  2월 이메일 - 북부  1월 말 이메일  빌보드(대)  제품 멘션(5배)  대상 - 그룹 1 |  | |  |  | |  |  |  |  |
|  | |  | |  |  | |  |  | |  |  |  |  |
|  | |  | |  |  | |  |  | |  |  |  |  |
|  | |  | |  |  | |  |  | |  |  |  |  |
|  | |  | |  |  | |  |  | |  |  |  |  |
|  | |  | |  |  | |  |  | |  |  |  |  |
|  | |  | |  |  | |  |  | |  |  |  |  |
|  | |  | |  |  | |  |  | |  |  |  |  |
|  | |  | |  |  | |  |  | |  |  |  |  |
|  | |  | |  |  | |  |  | |  |  |  |  |
|  | |  | |  |  | |  |  | |  |  |  |  |
|  | |  | |  |  | |  |  | |  |  |  |  |
|  | |  | |  |  | |  |  | |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | |  | | --- | |  | |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  | | | | |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |  | | | | |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
| |  | | --- | |  | |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  | 고객 경험  디지털 마케팅  브랜드 마케팅 |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
| |  | | --- | |  | |  |  |  |  |  |
|  | 대상 - 그룹 1  제품 리뷰(3배)  대상 - 그룹 2  업계 컨퍼런스  2월 이메일 – 북부  2월 이메일 - 서부 |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
| |  | | --- | |  | |  |  |  |  |  |

Chart type: Histogram. Frequency of 'Revenue'

Description automatically generated