|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 캠페인 담당자 | **캠페인 이름** | 시작 날짜 | 캠페인 유형 | **Budget** | **수익** | 총 대상 사용자 | 참여한 사용자 | ROI | 시작 날짜 이후 진행 기간 |
| Halima, Yakubu | 1월 말 이메일 | 1월 27일 | 디지털 마케팅 | - 500 | $ 6,980 | 4205 | 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 | CEIP(사용자 환경 | $ 2,750 | $ 5,676 | 35,000 | 5418 | 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 | CEIP(사용자 환경 | 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 | 4205 | 902 | 2384.60% | 351 |
| Halima, Yakubu | 2월 이메일 - 남부 | 13/5 | 디지털 마케팅 | - 500 | $ 9,293 | 3687 | 673 | 1758.60% | 321 |
| Halima, Yakubu | 2월 이메일 - 서부 | 22/5 | 디지털 마케팅 | - 500 | $ 16,342 | 5,278 | 1029 | 3168.40% | 312 |
| Connors, Morgan | 제품 멘션(5배) | 2/6 | CEIP(사용자 환경 | 635 | $ 2,208 | 55,000 | 1470 | 247.72% | 356 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  | |  | | --- | |  | |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 캠페인 유형 | 평균 ROI |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 디지털 마케팅 | 1418.07% |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 브랜드 마케팅 | 935.28% |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | CEIP(사용자 환경 | 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** | | |
|  |  | |  | | |  | | |
|  | | |  | | --- | |  | | |  |  | |  |  | |  |  |  |  |
|  | |  | |  |  | |  |  | |  |  |  |  |
|  | |  | |  |  | |  |  | |  |  |  |  |
|  | |  | |  |  | |  |  | |  |  |  |  |
|  | |  | |  |  | |  |  | |  |  |  |  |
|  | |  | |  |  | |  |  | |  |  |  |  |
|  | |  | |  |  | |  |  | |  |  |  |  |
|  | |  | |  |  | |  |  | |  |  |  |  |
|  | |  | |  |  | |  |  | |  |  |  |  |
|  | |  | |  |  | |  |  | |  |  |  |  |
|  | |  | |  |  | |  |  | |  |  |  |  |
|  | |  | |  |  | |  |  | |  |  |  |  |
|  | |  | |  |  | |  |  | |  |  |  |  |
|  | |  | |  |  | |  |  | |  |  |  |  |
|  | |  | |  |  | |  |  | |  |  |  |  |
|  | |  | |  |  | |  |  | |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | |  | | --- | |  | |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  | | | | |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |  | | | | |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
| |  | | --- | |  | |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
| |  | | --- | |  | |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
| |  | | --- | |  | |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |