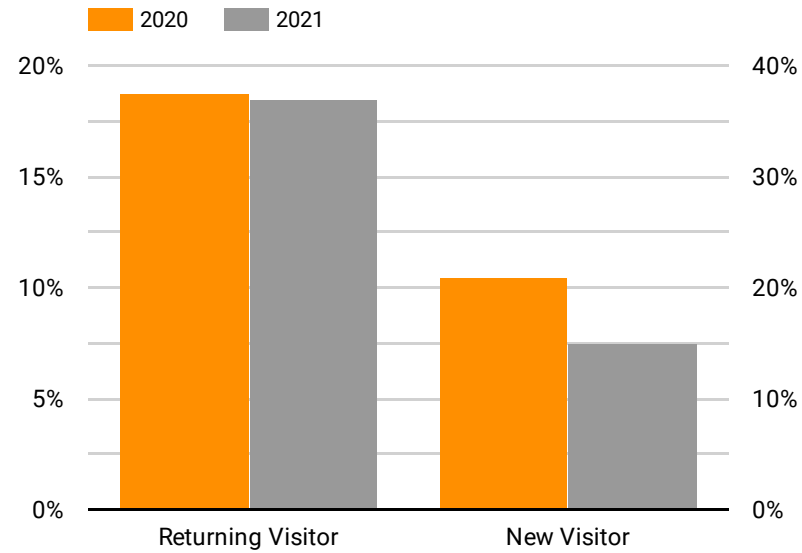
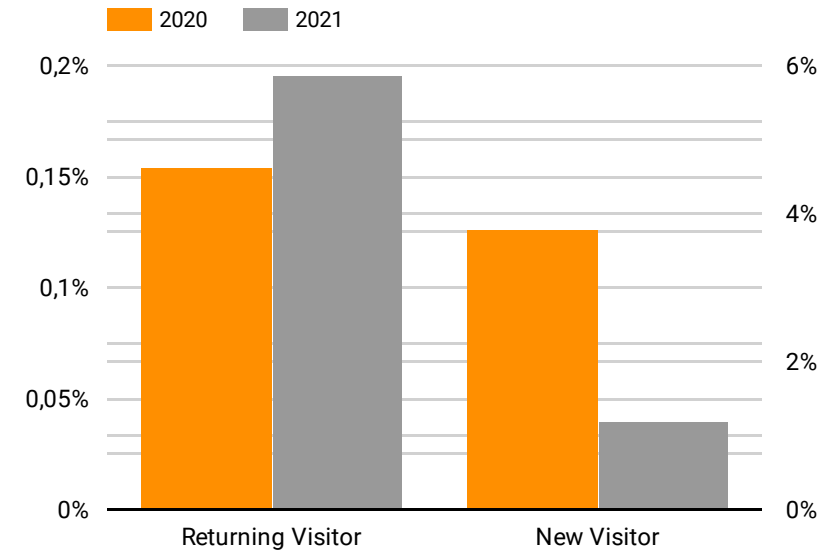


## Taza de conversión del objeto



## Taza de conversión de comercio electrónico



## Costo por conversión

2020  
\$0,14

2021  
\$1,24

# Comportamiento de las campañas digitales

2020

Campaña	Clics ▾	CPC	Usuarios	Usuarios nuevos	Ingresos	Coste	Ganancias
MIX   Txt ~ AW-Brand (US/Cali)	5.688	\$0,26	3.955	2.884	\$891,3	\$1.452,2	-560,9
PHR   Txt ~ AW - YouTube	1.394	\$0,92	375	349	\$19	\$1.279,4	-1.260,4
MIX   Txt ~ AW - Apparel	1.158	\$0,93	531	460	\$363	\$1.080,72	-717,72
BMM   Txt ~ AW - Hoodies	779	\$0,98	227	225	\$0	\$765,07	-765,07
MIX   Txt ~ AW - YouTube	532	\$3,4	195	192	\$0	\$1.807,01	-1.807,01
MIX   Txt ~ AW - T-shirts (set 0)	446	\$3,77	68	68	\$0	\$1.681,37	-1.681,37
MIX   Txt ~ AW - Bags	279	\$1,32	123	109	\$0	\$369,35	-369,35
MIX   Txt ~ AW - Accessories	269	\$0,65	81	68	\$0	\$175,31	-175,31
EXA   Txt ~ AW - Hoodies (set 0)	224	\$1,82	28	28	\$0	\$406,92	-406,92
MIX   Txt ~ AW - T-shirts	196	\$5,09	97	97	\$0	\$997,06	-997,06
EXA   Txt ~ AW - Hoodies	184	\$2,22	63	63	\$0	\$407,74	-407,74
MIX   Txt ~ AW - Drinkware	163	\$2,08	72	65	\$0	\$338,52	-338,52
BMM   Txt ~ AW - Tumbler	156	\$4,24	46	46	\$0	\$661,14	-661,14
AW - Google Brand (US)	129	\$0,09	76	54	\$10	\$11,95	-1,95
MIX   Txt ~ AW - Android Brand	98	\$0,93	55	46	\$0	\$90,75	-90,75
MIX   Txt ~ AW - Office	61	\$1,82	10	9	\$0	\$111,13	-111,13
MIX   Txt ~ AW - T-shirts (CA)	55	\$7,77	12	12	\$0	\$427,36	-427,36
AW - Google Brand (CA)	54	\$0,11	36	27	\$0	\$5,73	-5,73

2021

Campaña	Clics ▾	CPC	Usuarios	Usuarios nuevos	Ingresos	Coste	Ganancias
BMM   Txt ~ AW - Hoodies	28.236	\$0,66	4.200	4.139	\$124,8	\$18.645,23	\$-18.520,43
PHR   Txt ~ AW - YouTube	19.156	\$2,03	1.893	1.856	\$90	\$38.815,56	\$-38.725,56
BMM   Txt ~ AW - Tumbler	8.648	\$1,15	1.177	1.169	\$18	\$9.956,05	\$-9.938,05
MIX   Txt ~ AW - Apparel	7.433	\$3	1.339	1.170	\$5.860,91	\$22.287,74	\$-16.426,83
MIX   Txt ~ AW-Brand (US/Cali)	6.802	\$0,66	2.472	1.832	\$21.980,65	\$4.464,27	\$17.516,38
EXA   Txt ~ AW - Hoodies (set 0)	6.221	\$0,99	1.012	1.006	\$0	\$6.135,16	\$-6.135,16
MIX   Txt ~ AW - T-shirts (set 0)	4.319	\$2,16	1.431	1.420	\$0	\$9.312,53	\$-9.312,53
EXA   Txt ~ AW - Hoodies	3.622	\$1,68	769	751	\$0	\$6.099,44	\$-6.099,44
MIX   Txt ~ AW - T-shirts	3.394	\$1,74	570	568	\$0	\$5.922,16	\$-5.922,16
EXA   Txt ~ AW - Tumbler	3.366	\$2	496	493	\$0	\$6.717,44	\$-6.717,44
MIX   Txt ~ AW - YouTube	3.351	\$4,67	631	619	\$0	\$15.657,5	\$-15.657,5
MIX   Txt ~ AW - Drinkware	3.192	\$2,2	665	639	\$73,8	\$7.038,23	\$-6.964,43
MIX   Txt ~ AW - T-shirts (CA)	2.249	\$2,06	321	318	\$0	\$4.624,58	\$-4.624,58
MIX   Txt ~ AW - Bags	1.750	\$3,67	196	172	\$150,4	\$6.425,61	\$-6.275,21
MIX   Txt ~ AW - Android Brand	434	\$1,59	81	65	\$28,8	\$691,05	\$-662,25
MIX   Txt ~ AW - Office	265	\$3,45	8	8	\$0	\$913,48	\$-913,48
MIX   Txt ~ AW - Accessories	110	\$6,63	32	31	\$0	\$729,45	\$-729,45
AW - Google Brand (US)	0	\$0	1	0	\$0	\$0	\$0
(not set)	0	\$0	537.175	538.810	\$1.532.082,76	\$0	\$1.532.082,76

# Palabras clave utilizadas

Palabra clave	User 2020 ▾	User 2021	Sesión 2020	Sesión 2021	Clics 2020	Clics 2021
(not set)	286.457	540.936	394.230	761.323	0	2.980
(not provided)	212.061	278	273.357	652	0	0
Google Merchandise Store	2.881	1.698	4.328	3.242	3.980	4.249
<a href="https://shop.googlemerchandisestore.com/">https://shop.googlemerchandisestore.com/</a>	1.357	2	1.871	2	0	0
Google Merchandise	638	370	842	525	1.111	956
google merchandise store	414	null	588	null	0	null
google merch store	315	285	432	420	393	651
<a href="https://www.googlemerchandisestore.com/">https://www.googlemerchandisestore.com/</a>	224	null	265	null	0	null
Google Swag	224	121	287	199	327	361
Google Clothing	177	167	217	211	329	773
<a href="https://shop.googlemerchandisestore.com/Google Redesign/Accessories/Google See no hear no set">https://shop.googlemerchandisestore.com/Google Redesign/Accessories/Google See no hear no set</a>	156	null	168	null	0	null
+youtube +merchandise	130	262	132	286	580	5.607
<a href="https://shop.googlemerchandisestore.com/myaccount.html?mode=vieworder">https://shop.googlemerchandisestore.com/myaccount.html?mode=vieworder</a>	105	1	225	2	0	0
+hoodies	103	1.908	105	2.011	339	12.603
youtuber merch	94	931	95	1.207	310	2.261
google backpack	88	56	102	85	177	433
YouTube Merchandise Store	84	321	86	351	180	1.716
google store	83	null	85	null	0	null
Google T Shirt	82	239	93	481	153	1.673

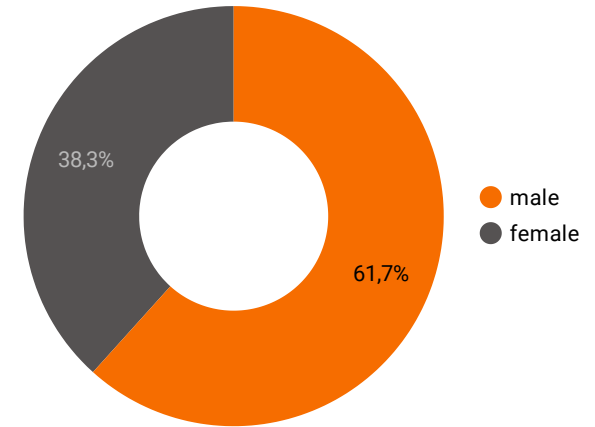
# Datos demográficos de los usuarios

## Ubicación

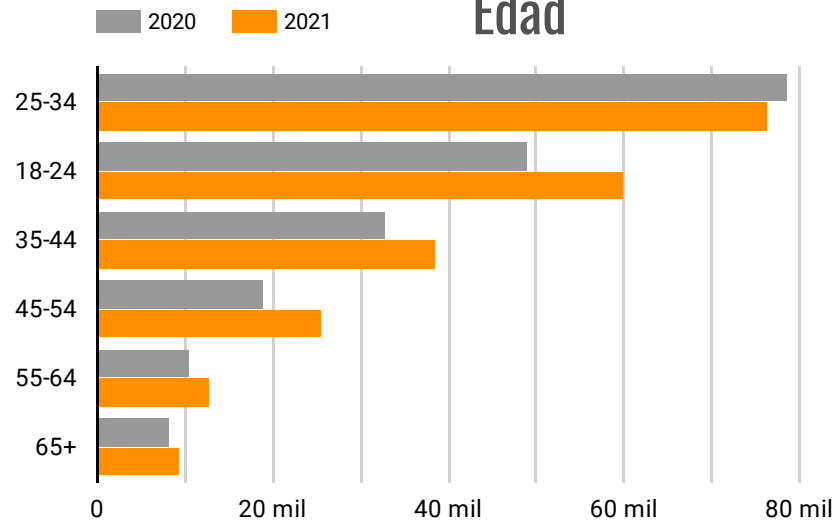
	País	2020 ▾	2021
1.	United States	205.047	229.933
2.	India	42.552	51.081
3.	Canada	22.096	36.806
4.	United Kingdom	21.934	22.756
5.	Germany	11.233	11.429
6.	Japan	11.108	12.554

1 - 100 / 215 < >

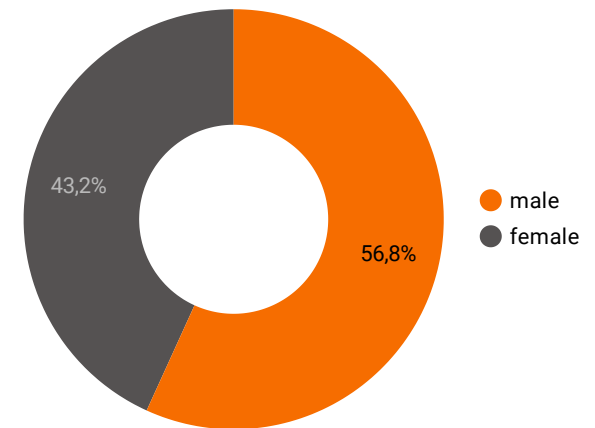
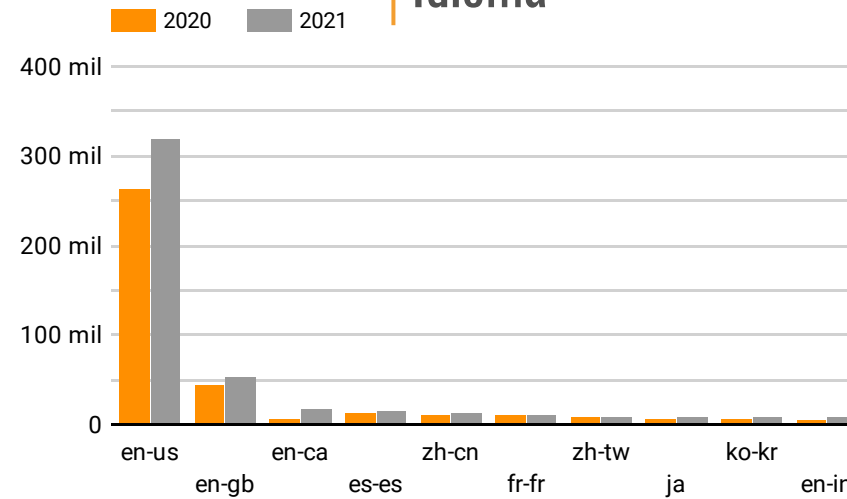
## Sexo

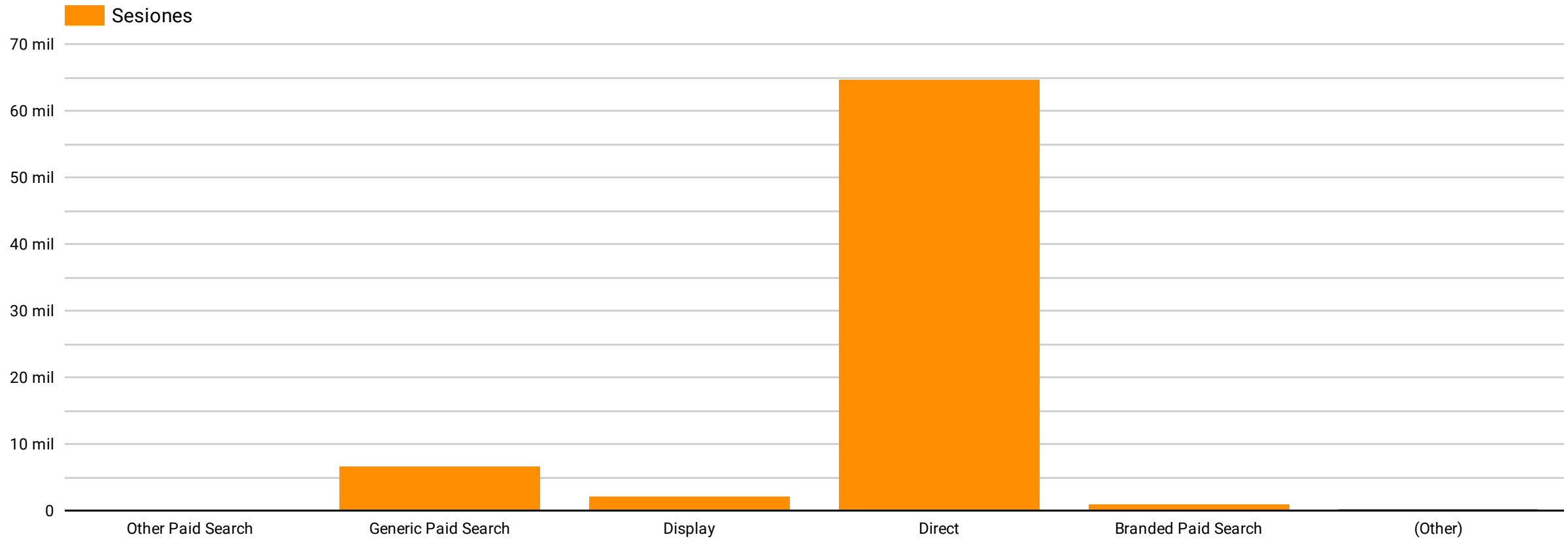


## Edad

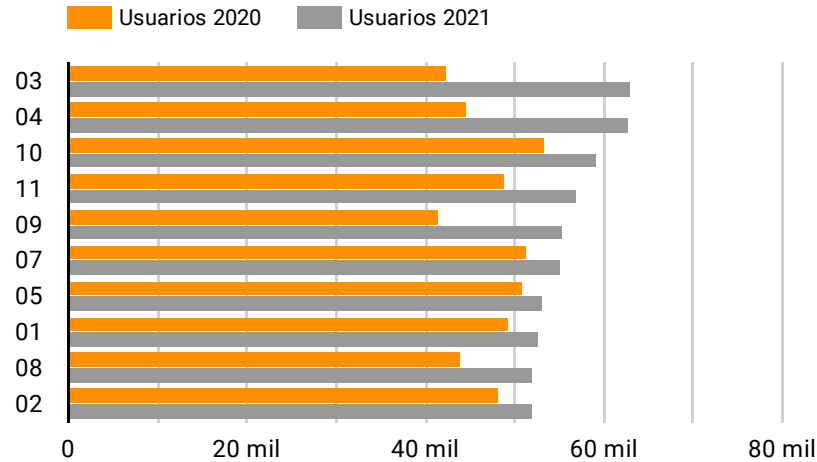


## Idioma

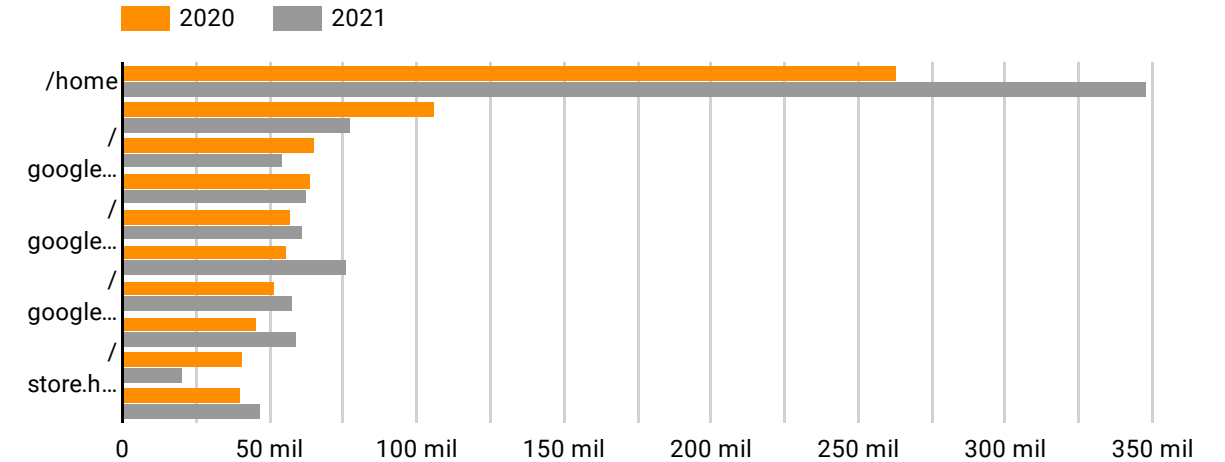




## Usuarios por mes



## Usuarios por página



Usuarios	Sesiones	Duración media de sesión	Cantidad compras	Reembolsos
2020	2020	2020	2020	2020
485.287	684.128	00:03:04	57.964	0
2021	2021	2021	2021	2021
564.926	790.882	00:03:07	0	0

## Análisis y conclusiones

Si bien en casi todas las áreas se obtuvo mejores números, como el número de usuarios, sesiones, etc. No se vio reflejado en las ganancias, solo una campaña tuvo buenos ingresos a pesar de no tener ningún coste, si bien no generó tantos clics, tuvo bastantes usuarios nuevos y buenos ingresos. También podemos decir algo parecido con la tasa de conversión del objeto, disminuyó al menos un 10% con respecto al año anterior.

En cuestión demográfica, se logró obtener más visitas de Canadá, aunque Estados Unidos sigue siendo el líder seguido de India. Esta estadística también repercute en el idioma que más se usa, el inglés. Algo notable a remarcar es que el año pasado más del 60% era público masculino y este año el público femenino casi alcanza el 45%, aunque no se puede decir lo mismo de el rango de edad 25-34, ya que disminuyó un 5%, pero aun así sigue siendo el público líder.

En el comportamiento de los usuarios, lo más importante a destacar es que el home de la página es el sitio más visitado, mientras que el resto no tiene ni el 40% de visitas a comparación del home. También podemos destacar que los meses con más visitas son: Marzo, Abril y Octubre.

## Propuestas

### 1) Incrementar inversión en otros países

Si bien los países de habla inglesa son por mucho los países con más visitas, se debería implementar la misma estrategia que se usa para dichos países pero ahora para países con otro idioma como lo son **España, China y Francia**.

### 2) UX

Si bien la página tiene muchas visitas, ya se mencionó que la página de inicio o home es en donde la mayor parte del público visita o se queda, por lo que se propone que se realice una mejora en la experiencia del usuario a la hora de navegar en la página, que el usuario se sienta atraído para visitar prácticamente todo el sitio web y no solo ciertas áreas.

### 3) Modificar el presupuesto en campañas

Se está teniendo una pérdida bastante considerable en campañas que no están generando ganancias, es mejor replantear el plan de negocio y si es necesario limitar el presupuesto para las campañas para apostar a las que sí están dejando ganancias.