

Marcin Wardyński

Analizy skuteczności kampanii reklamowych PEPSI i COKE

Poniżej umieszczę kilka danych statystycznych, które możemy odczytać z raportu wygenerowanego na końcu strumienia:

- Stosunek osób oceniających PEPSI do COKE wynosi 27 do 23
- PEPSI uzyskała wyższą średnią ocen zarówno dla okresu trzech, jak i sześciu miesięcy
- zarówno w przypadku PEPSI, jak i COKE, lepsze oceny średnie są za ostatnie trzy miesiące, niż za ostatnich sześć miesięcy