



Informe de datos de la campaña

Objetivo y propuestas

Planeamos ajustar nuestra estrategia publicitaria y nuestro presupuesto para maximizar las conversiones. Proponemos lo siguiente:

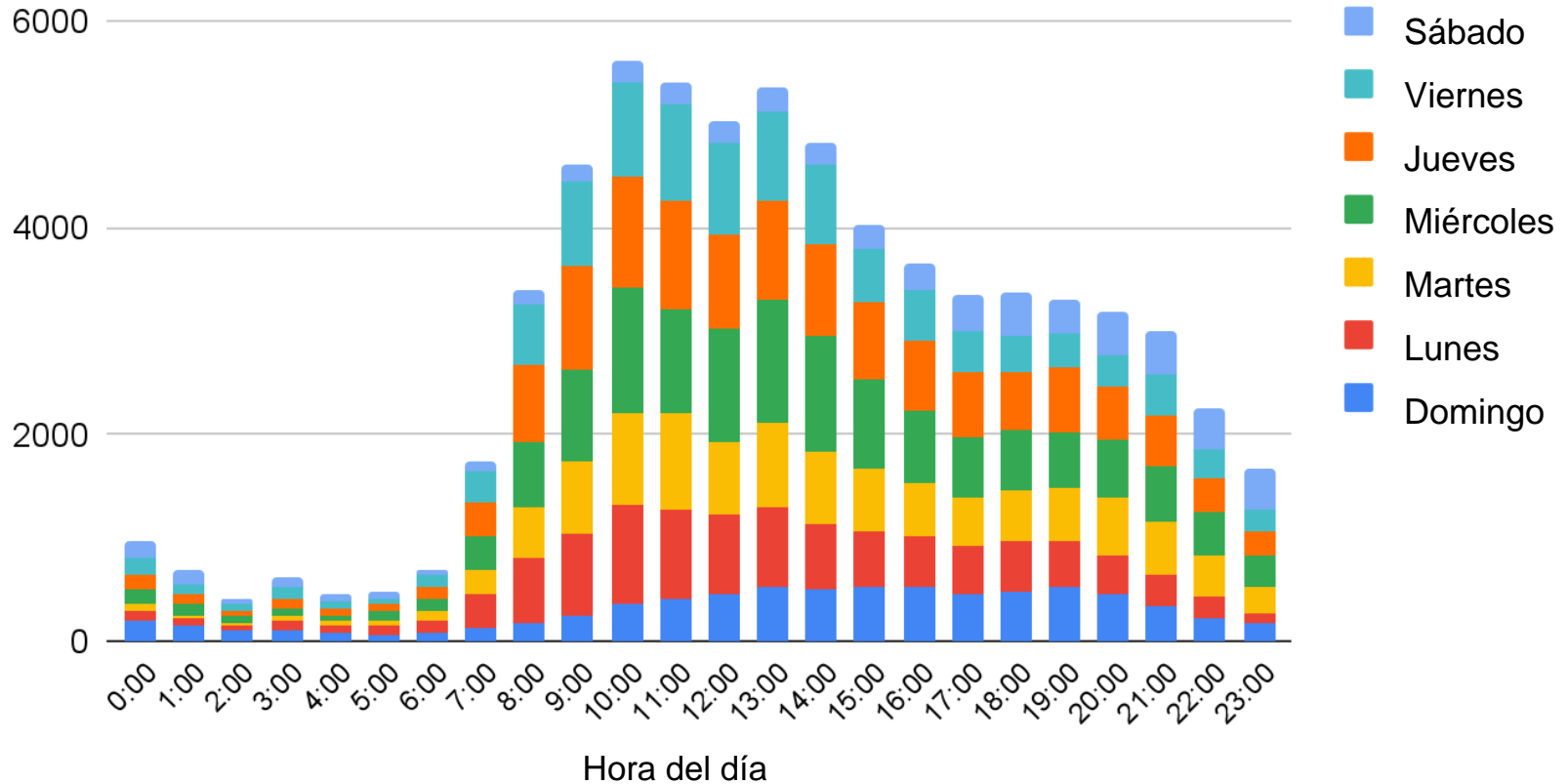
- **Publicar más anuncios durante los periodos de máxima conversión para aumentar el tráfico**
- **Publicar menos anuncios cuando el volumen de sesiones es alto, pero las conversiones son bajas**

Indicadores clave de rendimiento (KPIs)

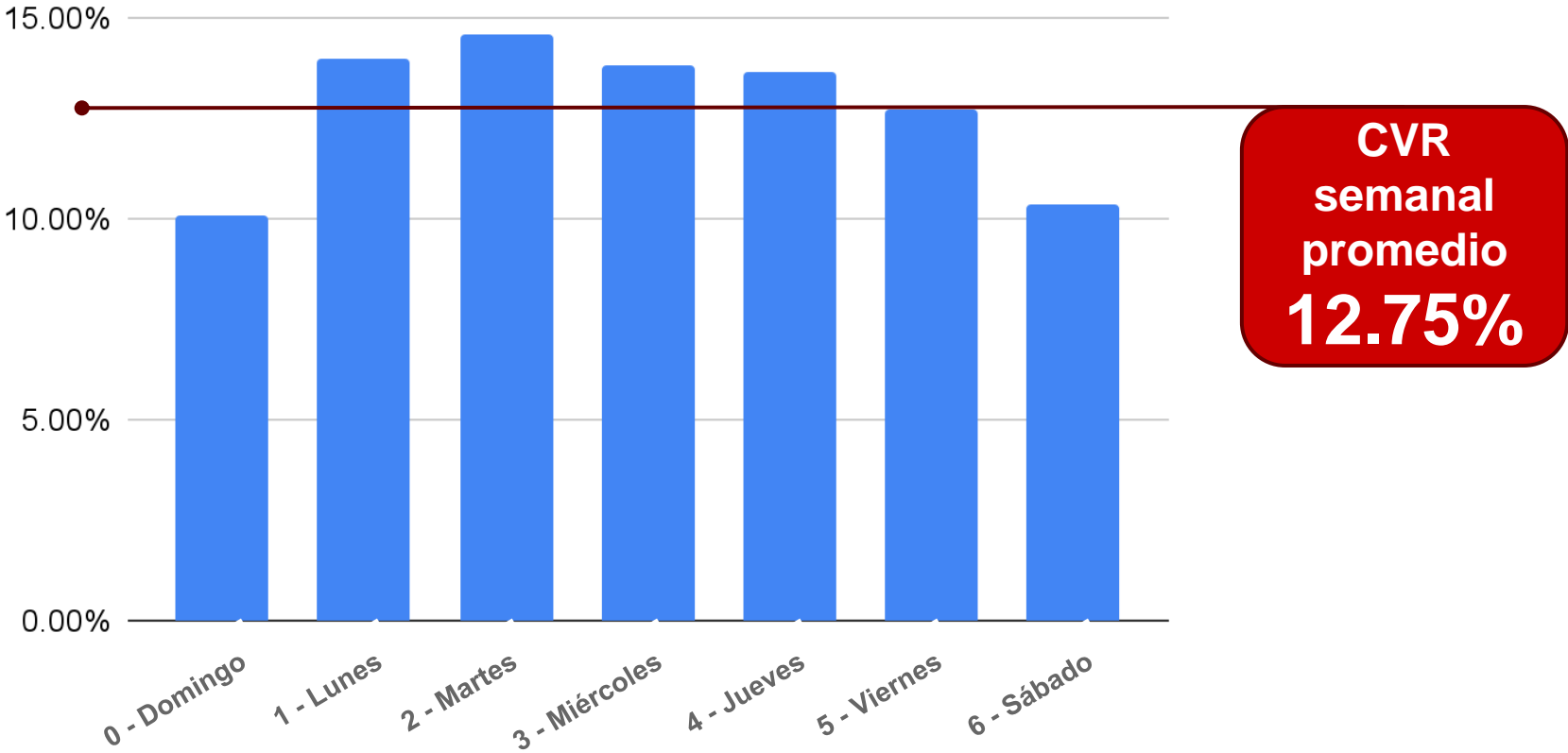
Métricas examinadas:

- **Sesiones diarias (visitas al sitio)**
- **Conversiones (creación de cuentas)**
- **Tasa de conversión**

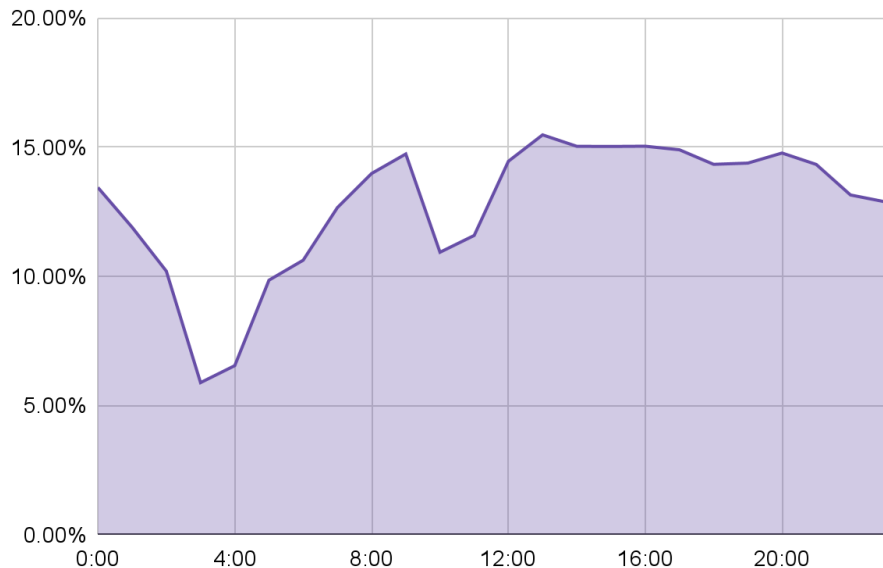
Conversiones totales por hora del día



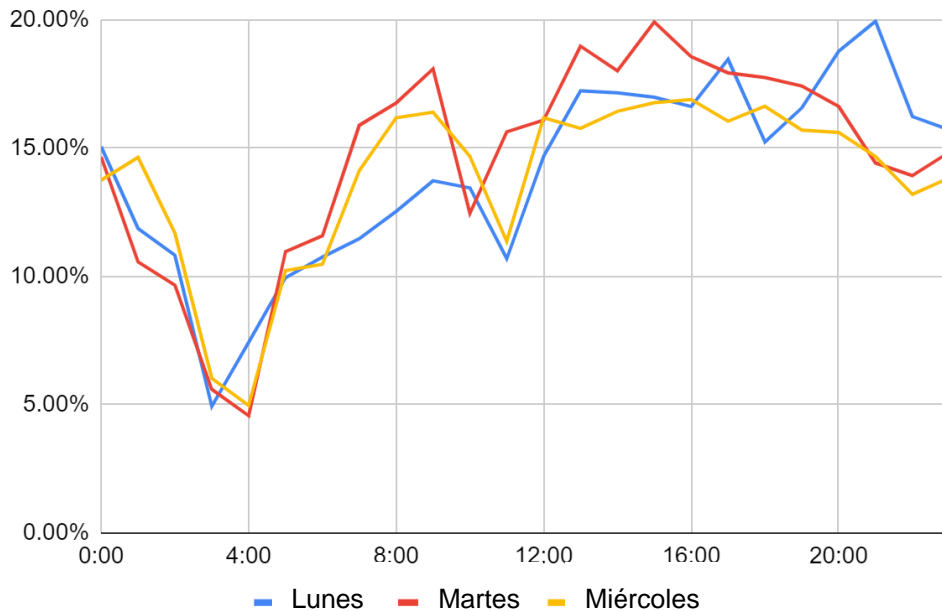
Tasas de conversión promedio por día de la semana



Tasas de conversión semanales promedio por hora del día



Tasas de conversión de lunes a miércoles por hora del día



Conclusiones y medidas para el futuro

Identificamos lo siguiente:

- **20 horarios** para publicar *más* anuncios durante la semana
- **22 horarios** para publicar *menos* anuncios durante la semana

Estos cambios deberían generar los siguientes resultados:

- Maximizar las conversiones (creación de cuentas nuevas)
- Apoyar los objetivos de crecimiento al aumentar el valor del tiempo de vida del cliente (CLV)