

Ejemplo

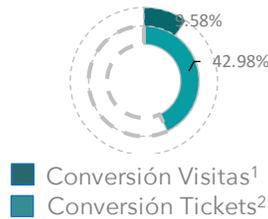
Noviembre 2018

Datos relevantes:

Paseantes: 63,886

Visitas: 6,119

Tickets: 2,630



Permanencia promedio:

19 min.

Día con más visitas

Sábado

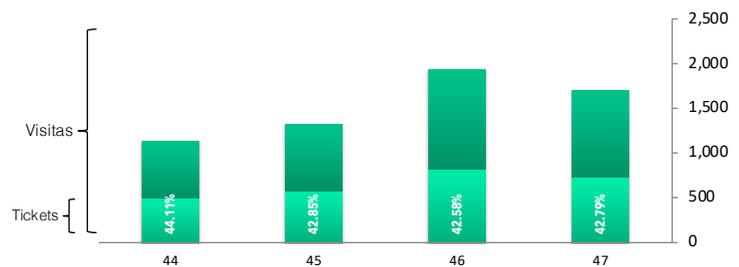
Días Altos

Día	Visitas	Conversión de compra
17/11/18	Sab	498 42.17%
16/11/18	Vie	389 48.59%
24/11/18	Sab	313 52.40%

Días Bajos

Día	Visitas	Conversión de compra
29/10/18	Lun	125 36.80%
04/11/18	Dom	147 48.98%
04/11/18	Dom	147 48.98%

Conversión de Compra por Semana



Permanencia Promedio de Visitas

Hora	Minutos
10:00Hs	19
11:00Hs	17
12:00Hs	18
13:00Hs	19
14:00Hs	19
15:00Hs	19
16:00Hs	20
17:00Hs	18
18:00Hs	19
19:00Hs	16
20:00Hs	18

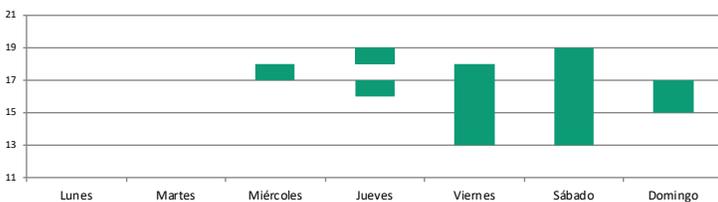
Matriz de Correlación

	Paseantes	Visitas	Tickets
Paseantes	1.00		
Visitas	0.82	1.00	
Tickets	0.77	0.94	1.00

Paseantes y Visitas por Horario



Horas Pico



Horas Muertas



Highlights:

- 1 El sábado después del Buen Fin fue el más alto en cuanto a conversión, se recomienda revisar qué fue lo que pasó ese día para poder replicarlo en otras tiendas.
- 2 La semana del Buen Fin la conversión es muy parecida a las demás semanas, con lo que indicar que se pudo haber aprovechado más esta fecha para incrementar ventas.
- 3 Por las noches se tienen bastantes horas muertas de las 8 a las 8:30 p.m. se recomienda revisar la afluencia en este horario para ver si es posible cerrar más tarde.

¹ Conversión de Visitantes: Número de personas que ingresaron a la tienda entre el número de personas pasaron por afuera de la tienda.

² Conversión de Compra: Número de tickets en el mes entre el número de personas que ingresaron a la tienda.