

La **Escuela de baile AA**, se encuentra muy activa desarrollando campañas de email marketing para promocionar su nueva sede ubicada al norte de la ciudad.



Luego de tres meses de ejecución de campañas, Adriana y Alejandro, dueños de la escuela, solicitan a su asesor digital que les informe sobre los resultados obtenidos a la fecha.

En la presentación de resultados, lo que más llamó la atención de Adriana y Alejandro fue la siguiente tabla, donde se relacionaban diferentes métricas del comportamiento de las ocho campañas realizadas.

DATA	Mes 1	Mes 2	Mes 3
No. Campañas	3	3	2
Mails enviados	1.250	1.560	2.230
Mails abiertos	500	900	1450
Tasa de apertura	40%	58%	65%
No. De clic mails	350	780	1.150
Ventas online	53	195	345
Ventas offline	18	63	115
Total ventas	71	258	460
Ticket promedio USD	120	150	130
Ventas totales USD	8.520	38.700	59.800
Inversión USD	5.430	25.000	38.500
ROI	57%	55%	55%



Tu reto consiste en utilizar tus conocimientos en el tema para:

1. Determinar qué tipo de análisis fue presentado a los dueños de la **Escuela de baile AA**, para medir el impacto de las campañas de email marketing.
2. Argumentar tu respuesta.

RETROALIMENTACIÓN

Tu respuesta es correcta si en tu análisis identificaste el método de medición de Análisis de contribución del canal, considerando los siguientes aspectos:

- El retorno de inversión en los tres meses de campañas fue del 56%.
- La tasa de conversión promedio fue del 14%, iniciando el primer mes con una del 6%, incrementando a 17% en la segunda para finalizar el tercer mes con una de 21%.
- El impacto en las ventas generado por las campañas de email marketing fue de USD 107.020, con un tiquete promedio de USD 133.