

# OBSERVATORIO DE INSIGHTS DE DATA

OCTUBRE 2019

+95.000.000 DE EVENTOS

## INSIGHTS DE COMPRA

ESPECIAL 'WAITING FOR BLACK FRIDAY'

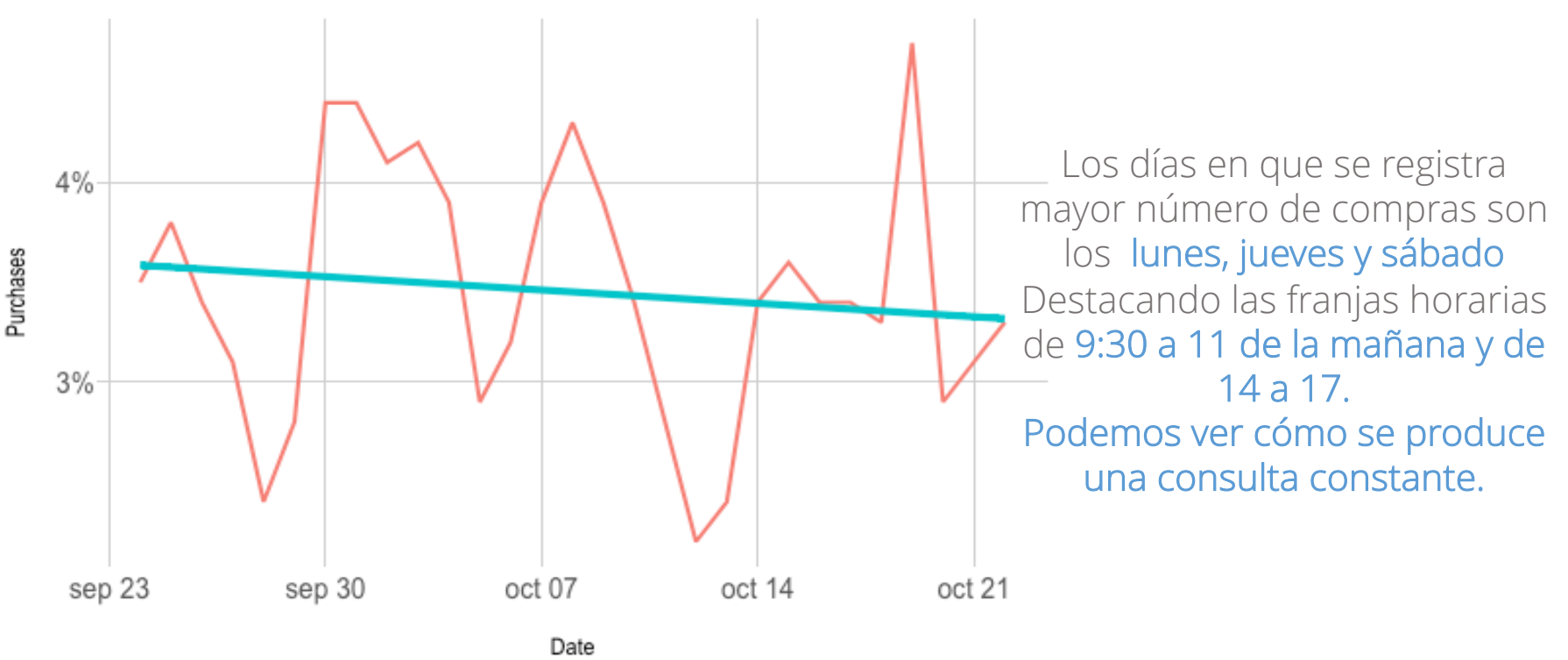
Los datos observados en las últimas semanas reflejan un estancamiento del volumen de transacciones que por sectores bajan o se mantienen, frente a un incremento acusado del interés, medido como recurrencia de las consultas o visitas a producto no finalizadas... BlackFriday is coming...

### SECTORES CON MAYOR VOLUMEN DE COMPRAS REGISTRADAS

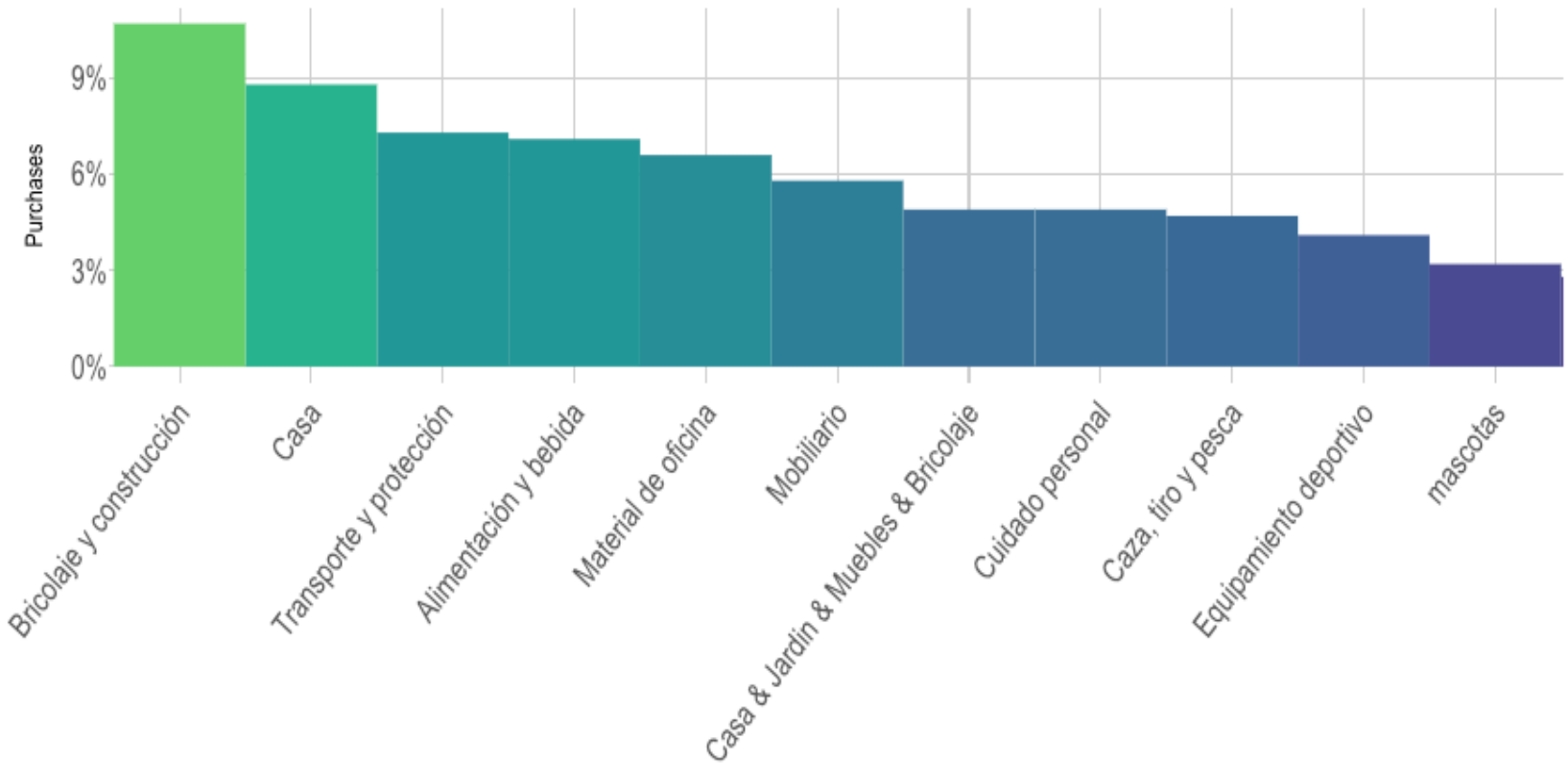
#### Online Marketplace

Health & Beauty  
Events & Ticketing  
Travel/Holidays

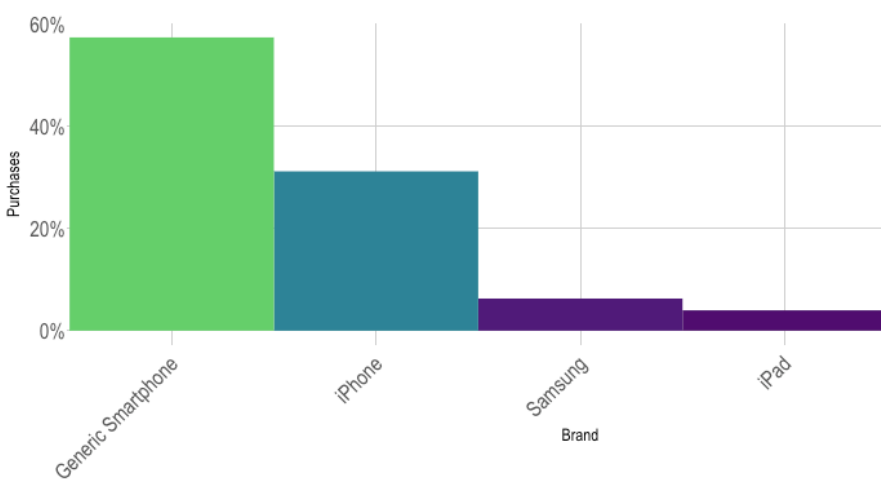
### MOMENTOS DE COMPRA. EVOLUCIÓN MENSUAL



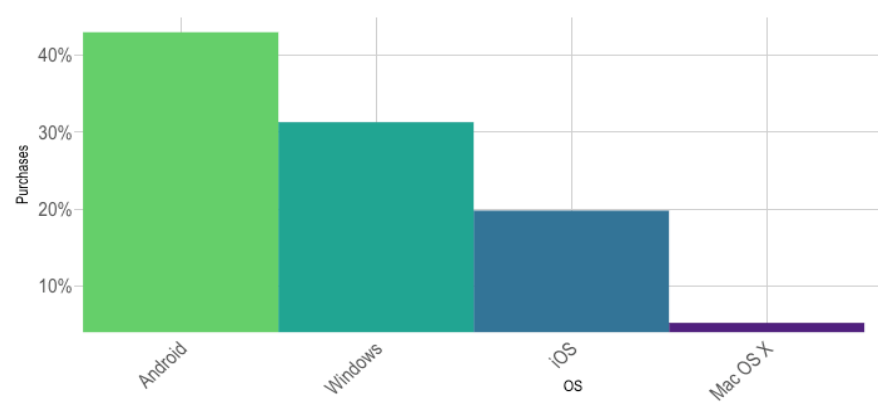
### SECTORES EN LOS QUE SE HAN PRODUCIDO MÁS TRANSACCIONES



### COMPRAS SEGÚN DISPOSITIVO MOBILE



### COMPRAS SEGÚN DISPOSITIVO DESKTOP



### RECURRENCIA DE VISITAS

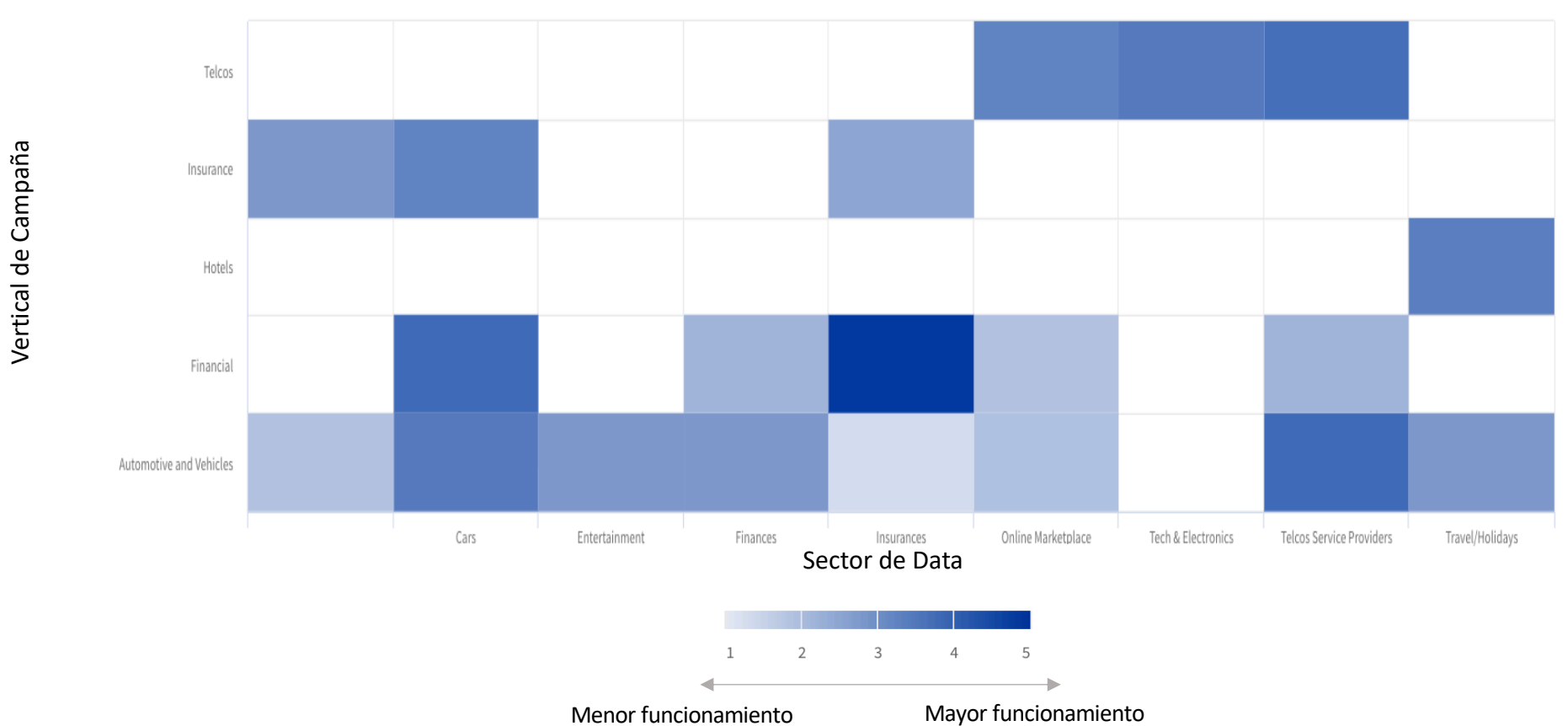
En los últimos 30 días el sector en el que más visitas se han registrado antes de la compra es "Tech & Electronics" con una media de 4.9 visitas. Y "Health & Beauty" con 4.3.

Sector	Visitas
Tech & Electronics	4.9
Online Marketplace	3.5
Health & Beauty	4.3
Travel/ Holidays	2.5
Events ticketing	2.2

**Waiting for Black Friday**  
Pese a que no hay gran volumen de transacciones en este tipo de productos, vemos que sí lo hay en cuanto a recurrencia de visitas.  
Síntoma que produce la cercanía del Black Friday.

## INSIGHTS DE ACTIVACIÓN

### ACTIVACIÓN DE DATA EN CAMPAÑAS. FUNCIONAMIENTO POR SECTORES



### TOP 3 SEGMENTOS

Analizando la data activada en campañas en los últimos 30 días, los 3 segmentos de mejor funcionamiento medido por su KPI principal son:

SEGMENTO DE DATA	ANUNCIANTE/ PRODUCTO	KPI
Online Marketplace (tech & accesorios)	Telco	CTR
Insurance (servicios de internet)	Financial	CNV
Entertainment (Planes de noche)	Automoción Multimodelo	CPM