



Con la información obtenida se tiene una visión profunda de nuestro negocio, del comportamiento de los consumidores, se trata de un conocimiento preciso, basado en hechos y datos, el objetivo de mejorar resultados

TIENDA EJEMPLO 1

local 80 m2

Monthly report FEB 2016		Indicadores de afluencia				Indicadores de venta					
		afluencia centro	Personas	Tasa de captura	Ratio de conversión	Ventas	tickets	ticket medio	unidades	precio medio unidad	unidades por ticket
actual	2016/2	434.887	5.681	1,31%	7,46%	37.668	424	88,84	494	76,25	1,17
comparativa	2015/2	461.516	5.313	1,15%	6,19%	27.778	329	84,43	410	67,75	1,25
	▲	-5,77%	6,93%	13,47%	20,53%	35,60%	28,88%	5,22%	20,49%	12,55%	-6,51%
acumulado	2016/1..2	1.172.601	13.218	1,13%	8,13%	83.035	1.074	77,31	1.211	68,57	1,13
	2015/1..2	1.050.368	12.247	1,17%	7,76%	67.059	950	70,59	1.165	57,56	1,23
	▲	11,64%	7,93%	-3,32%	4,75%	23,82%	13,05%	9,53%	3,95%	19,12%	-8,05%

		ranking afluencia				ranking ventas					
		numero de tiendas	personas	personas m2	ratio de conversión	ventas	ventas m2	ticket medio			unidades por ticket
actual	2016/2	94	93	90	56	73	54	5			78
comparativa	2015/2	93	91	89	61	81	80	6			62
acumulado	2016/1..2	94	93	90	56	54	53	5			77
	2015/1..2	93	92	89	61	80	79	6			62

análisis respecto al mes

afluencia al centro
-5,77%

tasa de captura		ratio conversión		ventas		ticket medio		precio medio		unidades por ticket	
tienda	sector	tienda	sector	tienda	sector	tienda	sector	tienda	sector	tienda	sector
1,31%	20,53%	7,46%	35,06%	470,85	753,36	88,84	39,26	76,25	29,08	1,17	1,95