



# Plataforma Digital

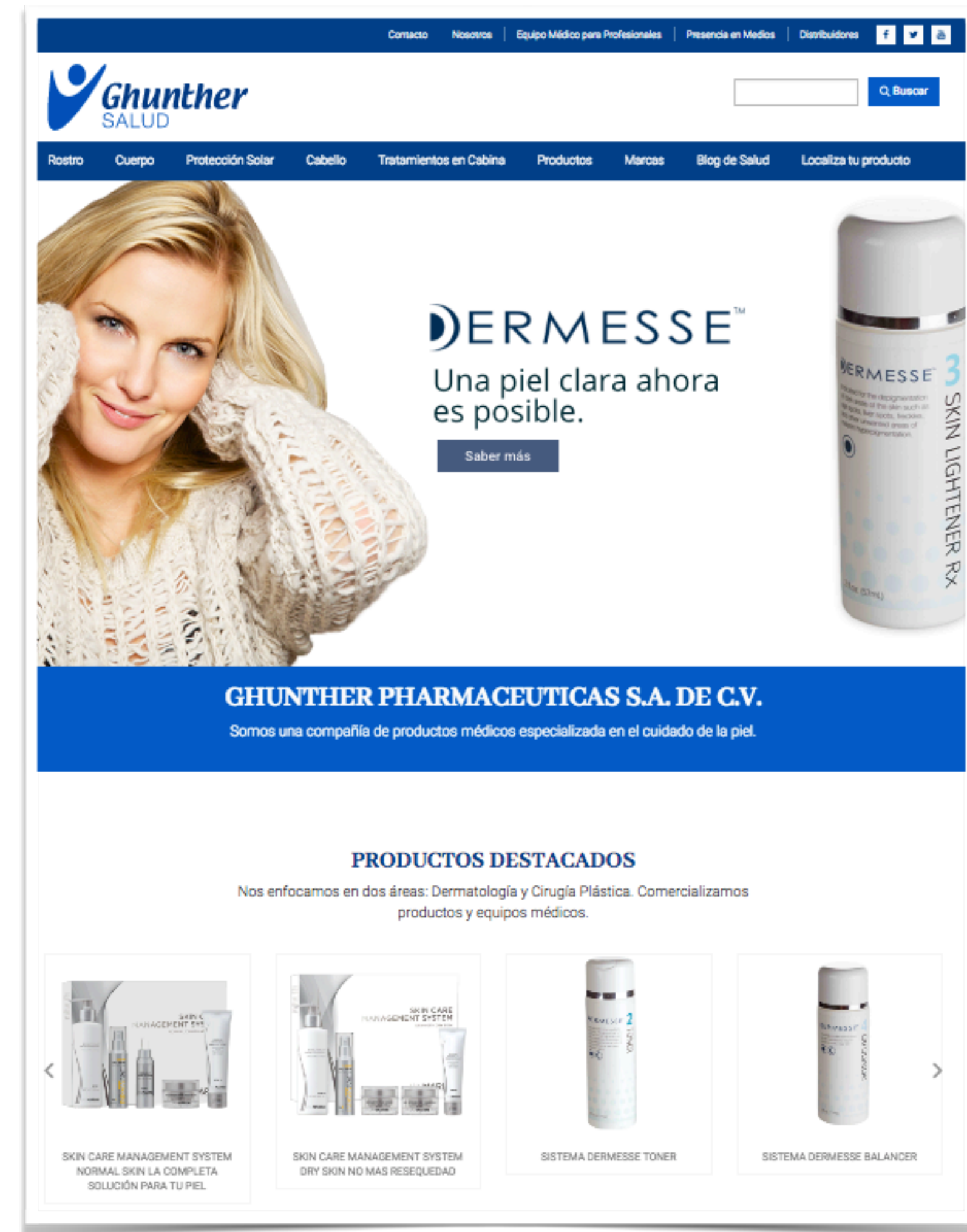
Key Performance Indicators

---

Periodo: Semana 28 / Del 03 al 09 junio

# Índice

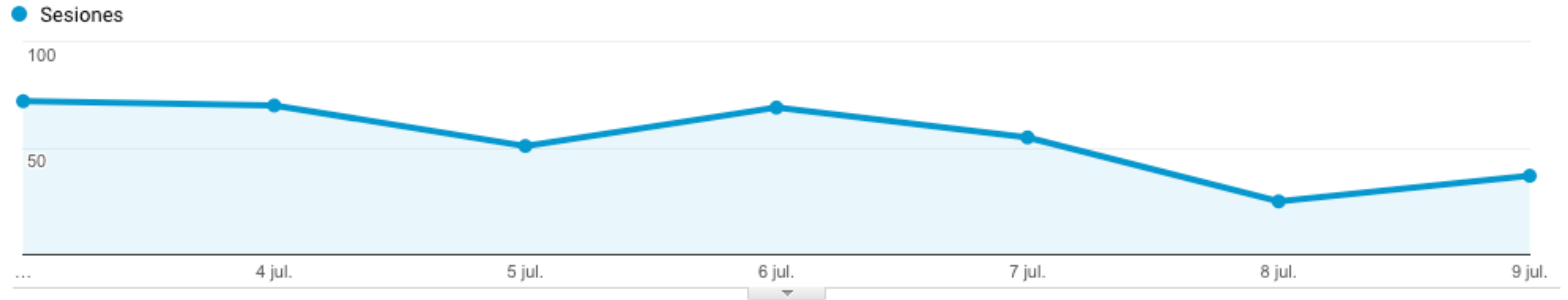
1. Sesiones en Sitio Web
2. Distribución geográfica
3. Las páginas más vistas
4. Dispositivos por los que acceden
5. Leads Inbound Now
6. ¿Qué sigue?



# Sesiones

---

Total de sesiones en la semana: 379



# Sesiones por semana

Sesiones por Semana:

Semana 18 = 245

Semana 19 = 224

Semana 20 = 302

Semana 21 = 288

Semana 22 = 363

Semana 23 = 411

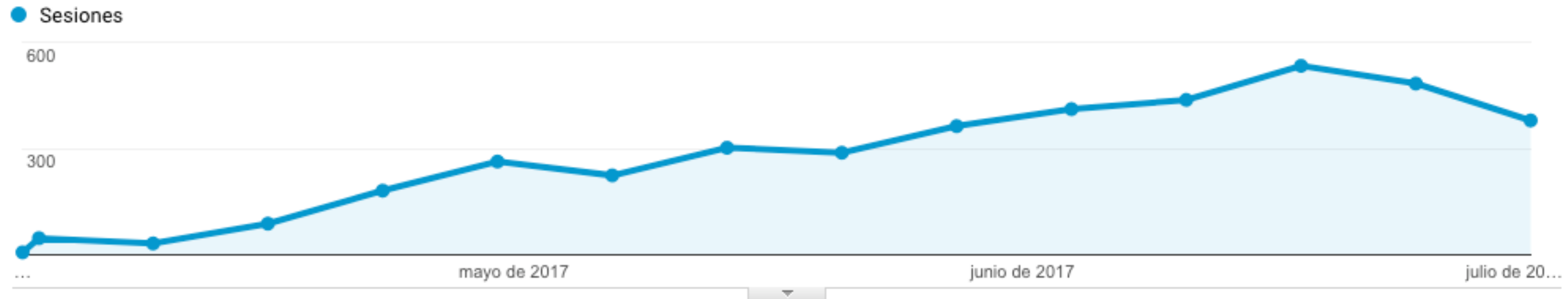
Semana 24 = 436

Semana 25 = 540

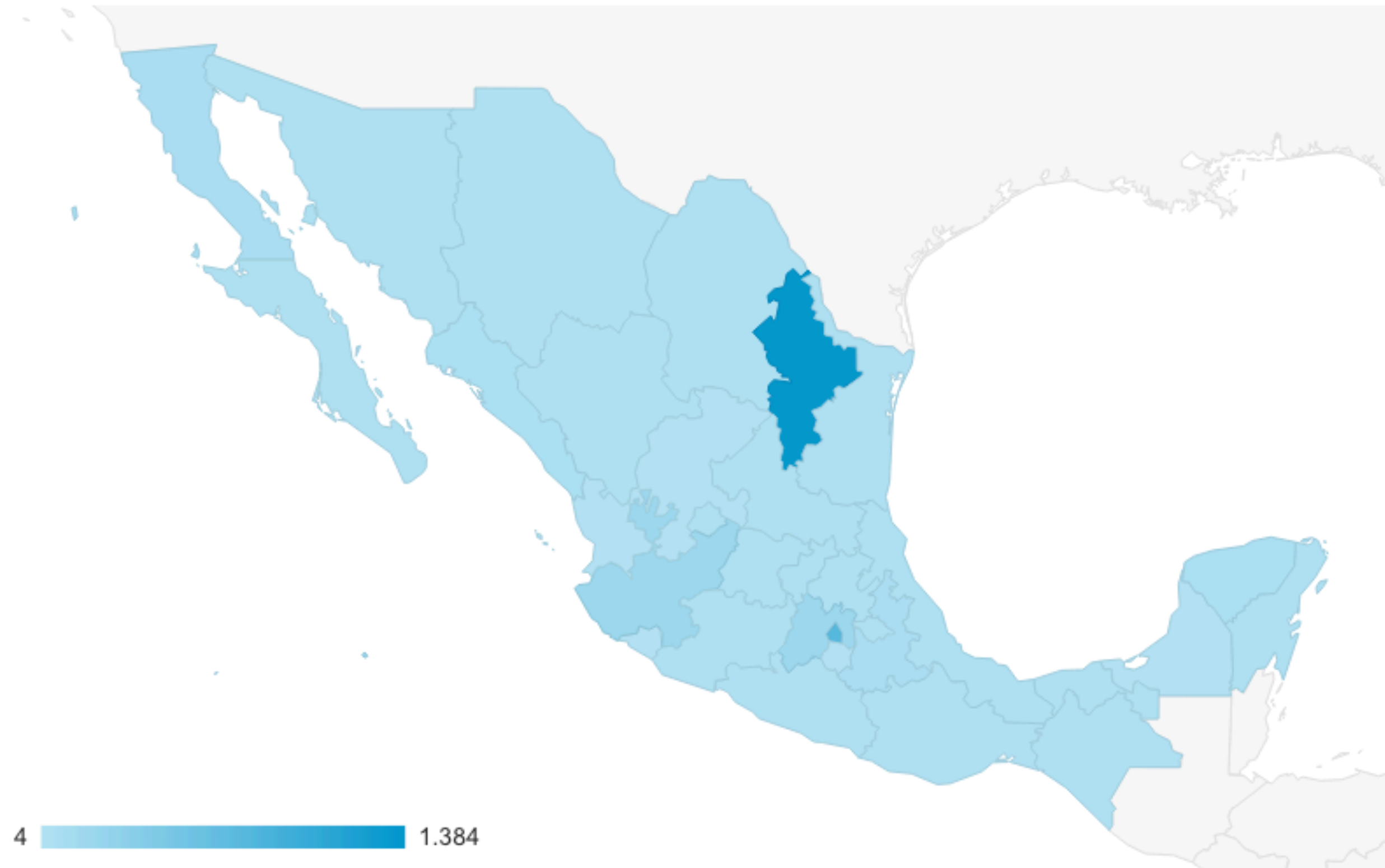
Semana 26 = 533

Semana 27 = 483

Semana 28 = 379













# Distribución Geográfica



1.	Nuevo Leon	<b>1.384</b> (41,45 %)
2.	Mexico City	<b>770</b> (23,06 %)
3.	Jalisco	<b>212</b> (6,35 %)
4.	State of Mexico	<b>204</b> (6,11 %)
5.	Puebla	<b>69</b> (2,07 %)
6.	Baja California	<b>67</b> (2,01 %)
7.	Yucatan	<b>59</b> (1,77 %)
8.	Sinaloa	<b>56</b> (1,68 %)
9.	Guanajuato	<b>46</b> (1,38 %)
10.	Sonora	<b>46</b> (1,38 %)

# Páginas más vistas

---

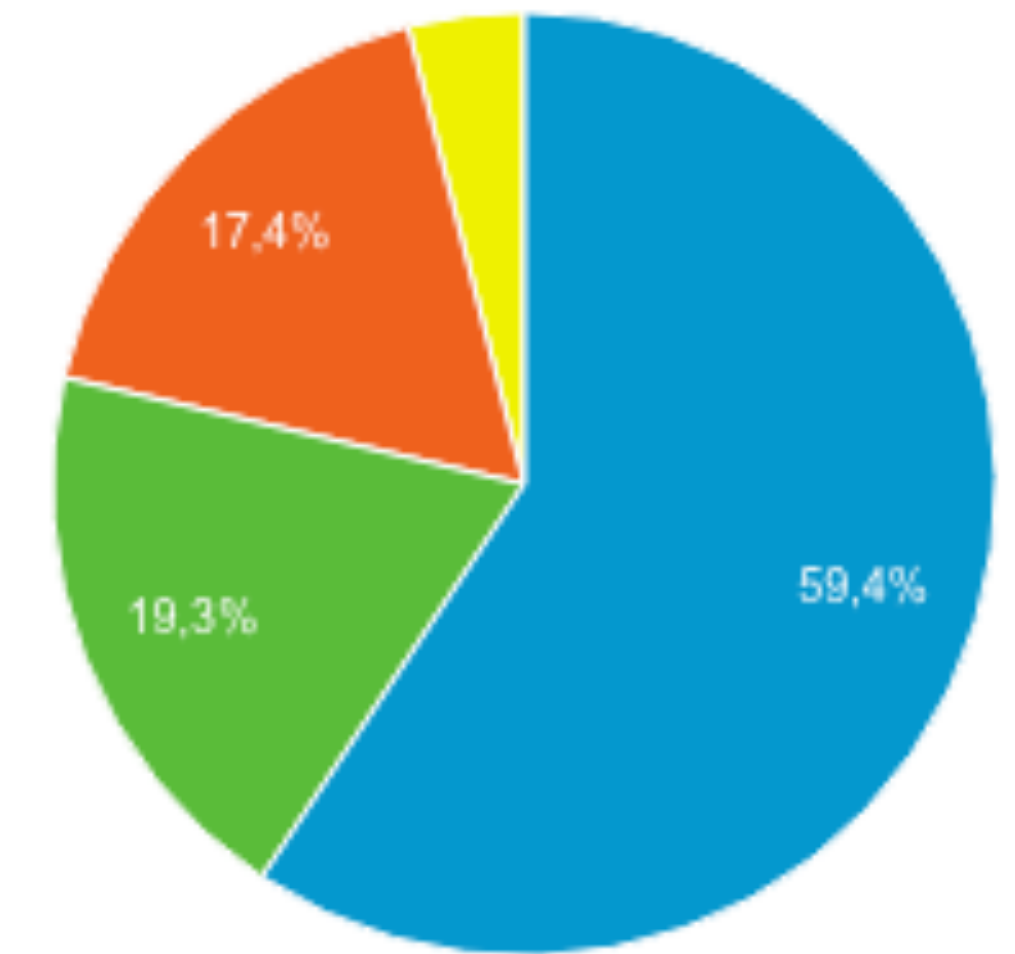
1.	<a href="#">/</a>		<b>2.096</b> (14,18 %)	<b>1.465</b> (14,25 %)	00:01:44
2.	<a href="#">/distribuidores/</a>		<b>918</b> (6,21 %)	<b>491</b> (4,78 %)	00:01:49
3.	<a href="#">/productos/</a>		<b>858</b> (5,81 %)	<b>443</b> (4,31 %)	00:00:54
4.	<a href="#">/proteccion-solar/</a>		<b>413</b> (2,79 %)	<b>249</b> (2,42 %)	00:01:41
5.	<a href="#">/rostro/</a>		<b>399</b> (2,70 %)	<b>221</b> (2,15 %)	00:01:23
6.	<a href="#">/profesionales/</a>		<b>386</b> (2,61 %)	<b>169</b> (1,64 %)	00:01:36
7.	<a href="#">/blog-salud/</a>		<b>249</b> (1,68 %)	<b>153</b> (1,49 %)	00:01:18
8.	<a href="#">/contacto/</a>		<b>237</b> (1,60 %)	<b>167</b> (1,62 %)	00:02:10
9.	<a href="#">/producto/brocha-sunforgettable-spf-50/</a>		<b>223</b> (1,51 %)	<b>168</b> (1,63 %)	00:02:18
10.	<a href="#">/category/cuidado-de-la-piel/elta-md/</a>		<b>186</b> (1,26 %)	<b>138</b> (1,34 %)	00:01:31

# Canales

---

Esta información nos ayuda a identificar por medio de qué canal estamos obteniendo visitas.

1. <span style="color: blue;">■</span> Organic Search	<b>225</b>	<b>59,37 %</b>
2. <span style="color: green;">■</span> Direct	<b>73</b>	<b>19,26 %</b>
3. <span style="color: orange;">■</span> Social	<b>66</b>	<b>17,41 %</b>
4. <span style="color: yellow;">■</span> Referral	<b>15</b>	<b>3,96 %</b>

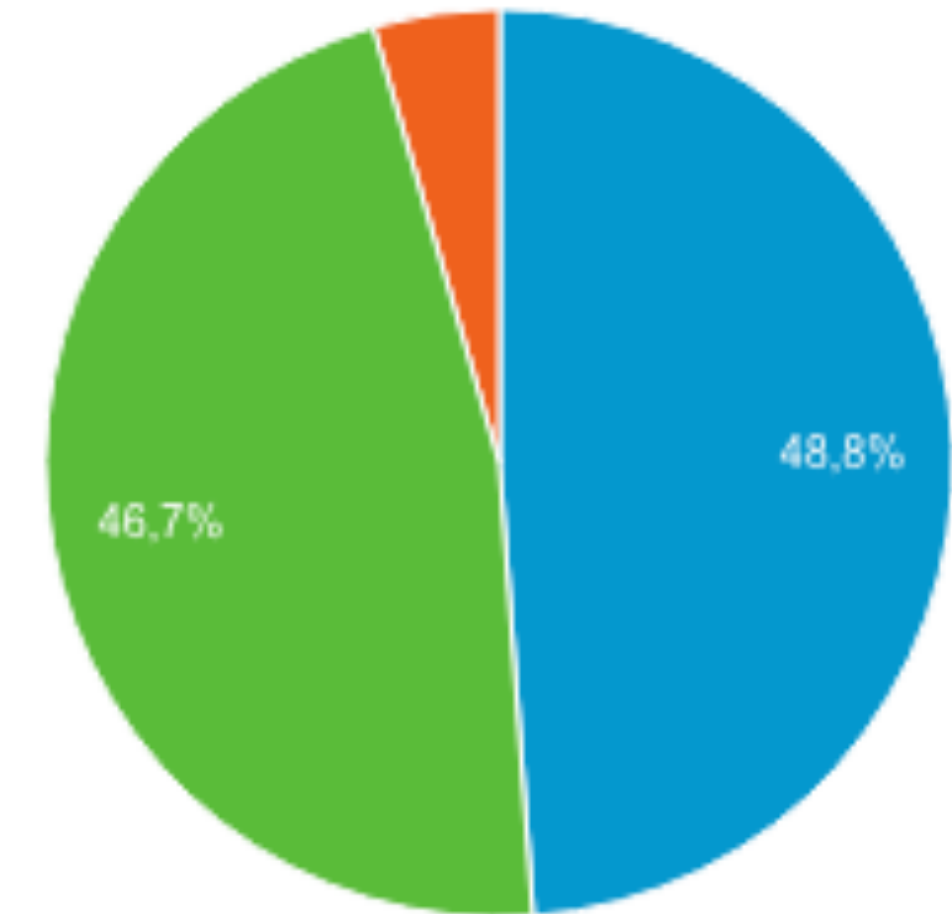


# Dispositivos

---

Esta información nos ayuda a identificar el dispositivo por el que están accediendo a nuestro sitio. Además, nos ofrece una visión del nivel socioeconómico de quienes nos visitan.

1. <span style="color: blue;">■</span> mobile	<b>185</b>	<b>48,81 %</b>
2. <span style="color: green;">■</span> desktop	<b>177</b>	<b>46,70 %</b>
3. <span style="color: orange;">■</span> tablet	<b>17</b>	<b>4,49 %</b>








# Leads

---

Los leads son personas que se han suscrito a las diferentes formas de contacto y que están interesados en recibir información sobre los productos de Ghunther y consejos y tips de belleza y salud.

<input type="checkbox"/>		Pablo Tramútolo	n/a	<a href="mailto:pablo.tramutolo@indiba.com">pablo.tramutolo@indiba.com</a>	New Lead	2	9	7/11/17 8:50 am
<input type="checkbox"/>		Roxanarl@hotmail.com il Ramírez López	n/a	<a href="mailto:roxanrl@hotmail.com">roxanrl@hotmail.com</a>	New Lead	2	4	7/10/17 4:05 pm
<input type="checkbox"/>		Diana Batajas	n/a	<a href="mailto:moonlighth_sonata@hotmail.com">moonlighth_sonata@hotmail.com</a>	New Lead	2	4	7/10/17 3:51 pm

# ¿Qué sigue?

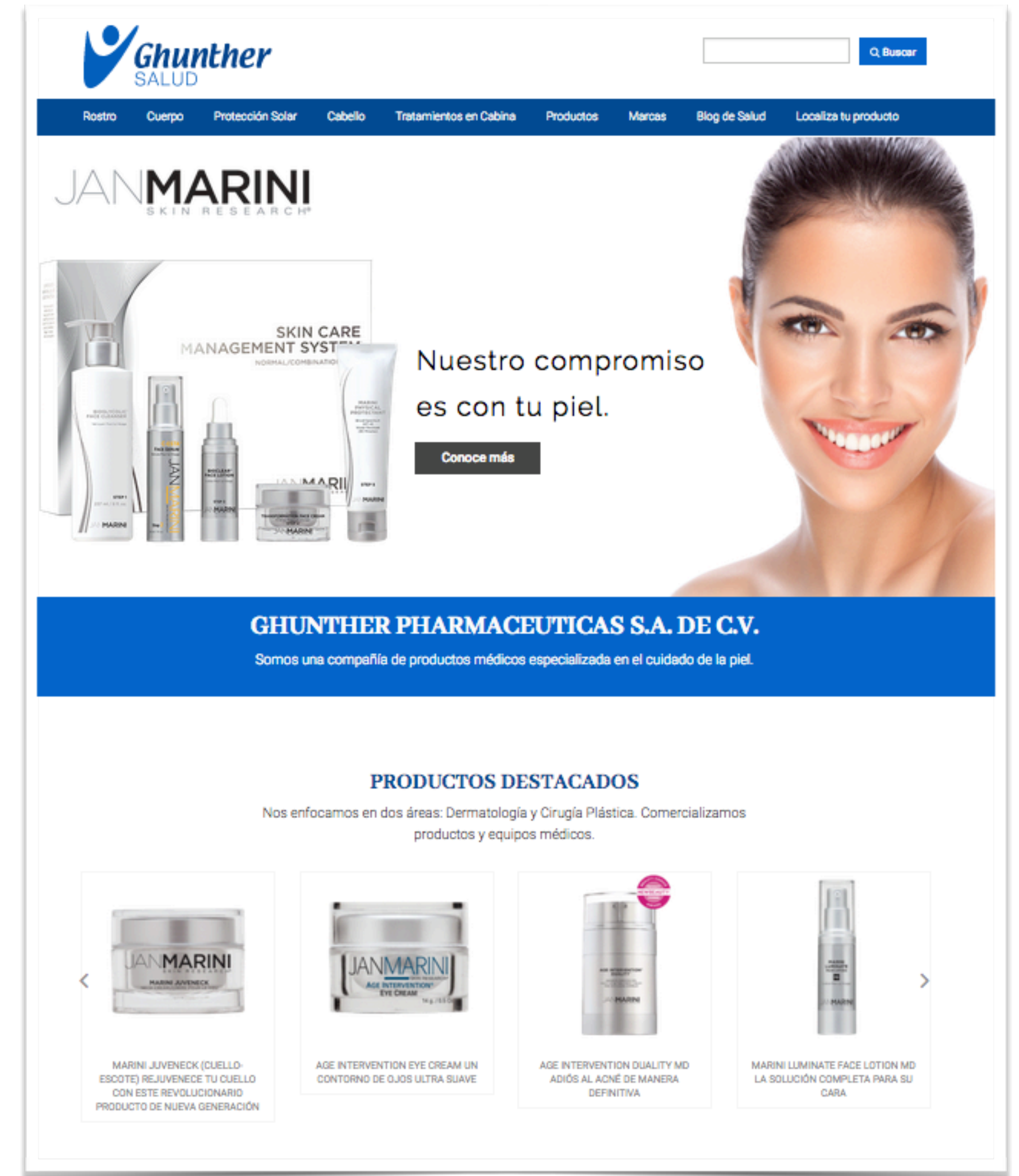
- Definición de Calendario Editorial
- Definición de Estrategia de Facebook
- Definición de Estrategia de You Tube
- Definición de Estrategia de eMail Marketing

Atte.

Hermann Gil Robles

hgilrobles@espaciosmail.com

Coordinación de Plataformas Digitales



The screenshot shows the website for Ghunther Salud, featuring a navigation menu with categories like 'Rostro', 'Cuerpo', 'Protección Solar', 'Cabello', 'Tratamientos en Cabina', 'Productos', 'Marcas', 'Blog de Salud', and 'Localiza tu producto'. A search bar is located in the top right corner. The main banner features the 'JAN MARINI SKIN RESEARCH' logo and a collection of skin care products. A woman's face is shown on the right side of the banner. The text reads: 'Nuestro compromiso es con tu piel.' and 'Conoce más'. Below the banner, there is a blue bar with the text: 'GHUNTER PHARMACEUTICAS S.A. DE C.V. Somos una compañía de productos médicos especializada en el cuidado de la piel.' The 'PRODUCTOS DESTACADOS' section includes a description: 'Nos enfocamos en dos áreas: Dermatología y Cirugía Plástica. Comercializamos productos y equipos médicos.' and four product cards with their respective descriptions: 'MARINI JUVENECK (CUELLO-ESCOTE) REJUVENECE TU CUELLO CON ESTE REVOLUCIONARIO PRODUCTO DE NUEVA GENERACIÓN', 'AGE INTERVENTION EYE CREAM UN CONTOURNO DE OJOS ULTRA SUAVE', 'AGE INTERVENTION DUALITY MD ADIÓS AL ACNÉ DE MANERA DEFINITIVA', and 'MARINI LUMINATE FACE LOTION MD LA SOLUCIÓN COMPLETA PARA SU CARA'.