



## RESULTADOS 2024

### Resultados generales

métricas clave

1 al 13 de octubre

Sessions <b>231,161</b> ↑ 167.1%	Total users <b>198,280</b> ↑ 174.3%	Active users <b>197,717</b> ↑ 174.0%	Views <b>341,831</b> ↑ 69.7%	Redirecciones <b>50,881</b> ↑ 5.3%
--	---	--	------------------------------------	--

9 al 13 de octubre (Días de ofertas)

Sessions <b>216.014</b> ↑ 187.9%	Total users <b>186.330</b> ↑ 190.5%	Active users <b>185.439</b> ↑ 190.0%	Views <b>315.901</b> ↑ 75.4%	Redirecciones <b>42.134</b> ↓ -1.7%
--	---	--	------------------------------------	---

- Comparación versus el mismo período de días durante la 5ta edición en 2023.

# 53

Marcas  
participantes

13+ vs 2023

# 25%

Promedio  
descuento  
ofrecido en ofertas

# 887

Ofertas  
activas

# 10

Media  
Partners

6+ vs 2023

### Resultados generales

Campañas pagadas

1 al 13 de octubre

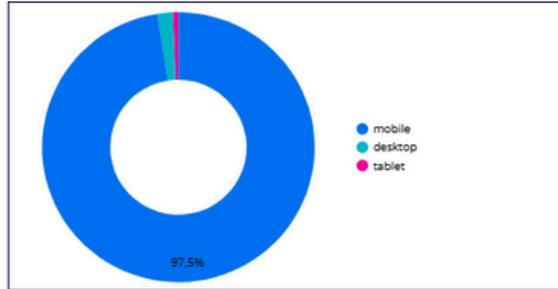
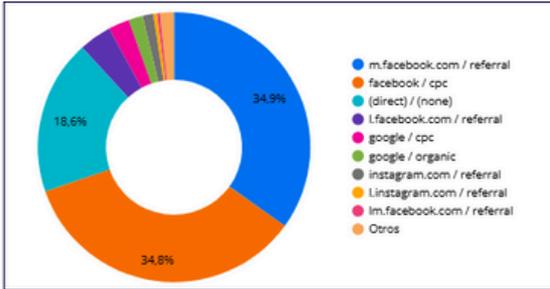
Impressions <b>24.043.580</b>	CPM <b>\$0,79</b>	Video views <b>1.762.889</b>	CPV <b>\$0,01</b>	
Clicks <b>330.035</b>	CPC <b>\$0,06</b>	Leads <b>1.466</b>	CPL <b>\$0,55</b>	CTR <b>1,37 %</b>

# 6ta Edición CyberDays .gt

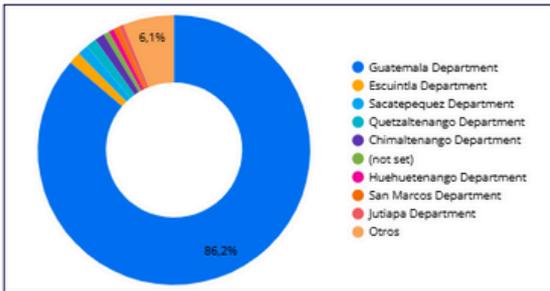
## RESULTADOS 2024

### Total de sesiones

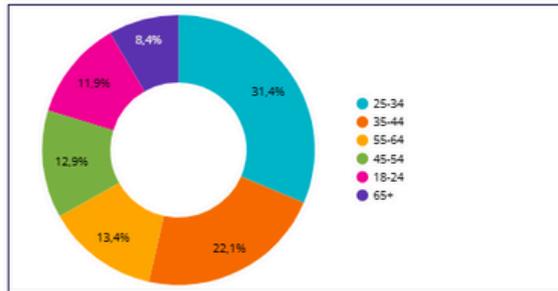
Por fuerte, dispositivo, región y edad



Sesiones por región



Sesiones por edad

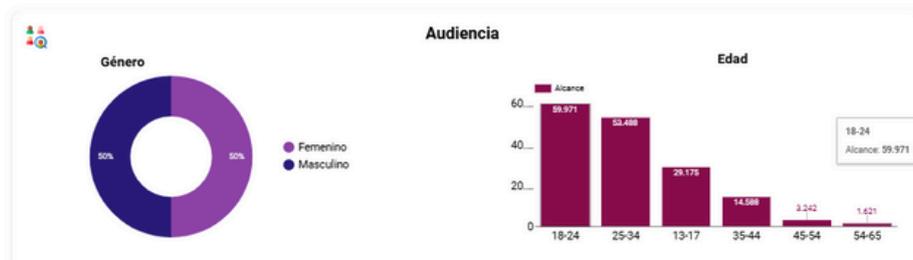


### Resultados generales

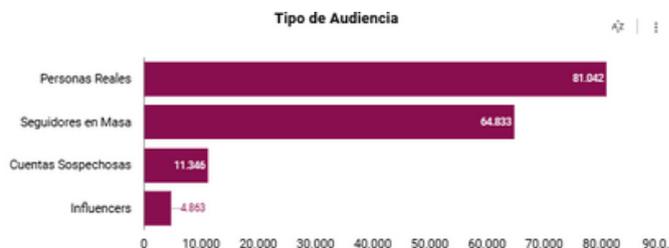
Campañas con influencers



Publicaciones por Plataforma



Tipo de Audiencia



## Recomendaciones:

Aspectos clave para maximizar oportunidades de venta:

**Actualización oportuna de ofertas:** Asegúrese que las **promociones estén activas** y visibles en su sitio **desde las 00:00 hrs del primer día** de ofertas. La puntualidad es clave para captar la atención de los primeros visitantes.

**Monitoreo de inventario en tiempo real:** **Actualice el stock** constantemente para evitar frustración en los clientes y mejorar la precisión en las ventas, especialmente en productos de alta demanda.

**Refuerzo en atención al cliente:** Aumente los recursos de soporte (chat, teléfono, redes sociales) para manejar el mayor volumen de consultas durante los días de ofertas.

**Asegurar descuentos competitivos:** Los consumidores cada vez son más conscientes y cuidadosos al verificar los precios. Es crucial que los **descuentos sean auténticos y atractivos** para destacar frente a la competencia y atraer al consumidor a la compra.

**Capacidad y estabilidad del servidor:** Asegurarse de que los servidores tengan la capacidad necesaria para soportar el tráfico incrementado durante el evento, **evitando caídas o ralentizaciones en los sitios** de las marcas participantes.

**Optimización de la velocidad de carga:** **La velocidad de carga de las páginas es crítica para mantener la atención de los usuarios.** Realizar pruebas de velocidad en los sitios y optimizar imágenes, scripts y otros elementos para mejorar el tiempo de carga.

**Control de calidad (QA) en el proceso de checkout:** Revisar que el proceso de compra esté funcionando sin problemas en todas las etapas, desde agregar productos al carrito hasta **completar el pago**. Cualquier error en **esta fase puede significar ventas perdidas**.

**Preparación de campañas publicitarias:** Programe **anuncios con antelación** y mantenga una frecuencia constante durante el evento. Esto asegura una mayor visibilidad y recuerda a los clientes sus promociones.