CAMPAÑA DE GOOGLE · MATTEL

Venta influenciada a 30 días

Hites.com · Compras del 1 al 30 de octubre de 2026 · Pesos chilenos

Valor de los pedidos vinculados

$2.038.227

27 pedidos pagados

Productos Mattel en esos pedidos

$60.050

7 pedidos con productos de la marca

¿Dónde apareció la campaña?

De izquierda a derecha se lee si Mattel trajo al cliente en su primera visita registrada. De arriba abajo, si trajo la visita en que compró.

	Primer contacto · First user	
Sesión de compra Last session	**Sí**	**No**
Sí	**$654.797** 11 pedidos Productos Mattel **$39.270**	**$955.470** 8 pedidos Productos Mattel **$9.590**
No	**$427.960** 8 pedidos Productos Mattel **$11.190**	**$0** 62.911 pedidos sin señal de Mattel Quedan fuera de la suma.

Qué agrega el primer contacto

La sesión de compra por sí sola identifica 19 pedidos por **$1.610.267**. Al incluir el primer contacto aparecen **8 pedidos más, por $427.960**. En esos casos, la campaña trajo al cliente, que regresó por otra vía para comprar. De ese monto, $11.190 corresponden a productos Mattel.

Se suma el valor completo de cada pedido una sola vez. Esta medición muestra influencia observada. Para estimar cuánto se habría vendido sin publicidad se necesita un grupo de comparación.

REVISIÓN DEL CIERRE

Qué faltaba en el informe anterior

El primer cierre cubría la pauta del 1 al 11 de octubre. La ventana solicitada cubre compras hasta el 30.

El monto incluía productos de otras marcas

HiMedia comunicó 28 compras y cerca de $1,9 millones. Sumó 25 compras de Google y 3 de Topsort. El reporte ya consideraba el primer contacto y la sesión de compra en Google. El monto destacado incluía el carro completo y el resumen no desglosaba los cuatro cuadrantes.

Qué cambió al esperar los 30 días

Compras vinculadas a Google	Pedidos	Venta de los pedidos	Productos Mattel
1 al 11 de octubre	26	$1.878.237	$60.050
12 al 30 de octubre	1	$159.990	$0
Total a 30 días	**27**	**$2.038.227**	**$60.050**

Las tres filas usan los mismos criterios de Google. Cada importe de venta suma pedidos completos.

La compra adicional fue una cama

El cliente llegó por la campaña el 6 de octubre. El 17 de octubre volvió por otro canal y compró una cama de $159.990. Por eso subió la venta influenciada y la venta de productos Mattel se mantuvo en $60.050.

Qué queda por conciliar

Al reconstruir Google hasta el 11 aparecen 26 pedidos, frente a los 25 publicados. Topsort informó 3 compras por $28.550. Para sumar ese formato faltan los pedidos y productos que permitan verificar el importe de la marca y eliminar compras repetidas entre plataformas.

Fuentes · Google Analytics para el primer contacto y la sesión de compra, y pedidos pagados de Salesforce para los productos Mattel. La ventana parte el día de lanzamiento de la pauta de octubre. La misma campaña de Google había operado en agosto. De los 19 pedidos atribuidos por primer contacto, en 15 se pudo fechar ese contacto en octubre. En los otros 4, Analytics reconoce la campaña y la fecha del contacto queda sin confirmar.