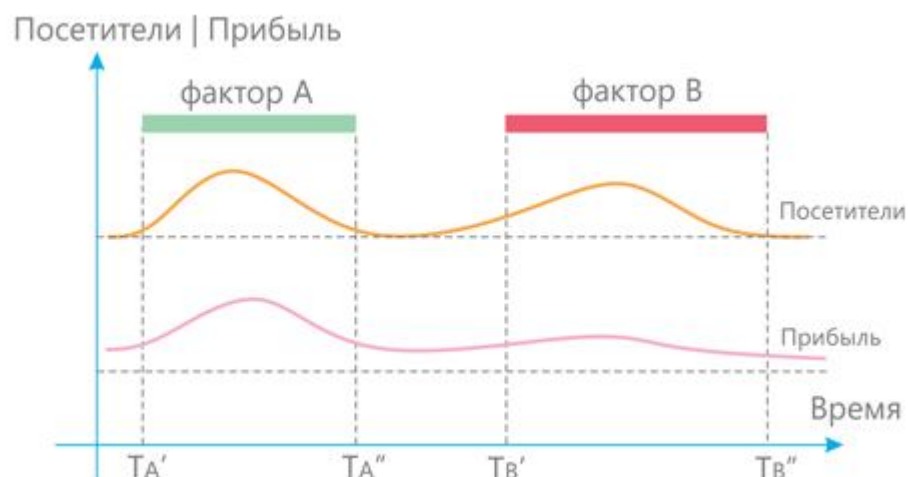


### Посещаемость и прибыль

Рассмотрим пример модели взаимосвязи посещаемости и прибыли под влиянием двух факторов - Фактор А и фактор В, в качестве факторов могут быть маркетинговые акции, например две рекламные компании товара в разное время с различными ценовыми предложениями.



Изучая график посещаемости можно выделить два промежутка времени ( $T_{A'}$ ... $T_{A''}$ ) и ( $T_{B'}$ ... $T_{B''}$ ) в период которых происходил рост посещаемости, данные промежутки времени соответствуют двум рекламным компаниям. Прирост посещаемости свидетельствует об удачности проведенных двух рекламных компаний.

Анализируя прибыль, можно заметить что в период времени ( $T_{A'}$ ... $T_{A''}$ ) прибыль максимальная и совпадает с первой проведенной рекламной компанией, а в период времени ( $T_{B'}$ ... $T_{B''}$ ), в период второй рекламной компании, с другим ценовым предложением, прибыль почти отсутствует, что свидетельствует о завышенной стоимости товара или неудачной выкладки. Рекомендации - пересмотреть цены на товар или выкладку товара в период второй рекламной компании - промежуток времени ( $T_{B'}$ ... $T_{B''}$ )