

## **IMPACTO ESTIMADO**

En el primer apartado de nuestra tabla se puede observar el CLV; este es el valor estimado de la cantidad de dinero que un cliente se gastaría en nuestra empresa a lo largo de su vida. En nuestro caso se gastarían 3000€ a lo largo de su vida.

La cuota de mercado es la proporción o porcentaje que una empresa tiene en la venta de determinado producto o servicio en relación a las ventas totales de dicho producto o servicio en un territorio concreto y durante un periodo de tiempo determinado. En nuestra empresa sería de un 0,1%.

El coste de adquisición de cliente (CAC) es la cantidad de dinero que una empresa gasta para obtener un nuevo cliente. Ayuda a medir el retorno de la inversión de los esfuerzos para aumentar su clientela. En nuestro caso sería 50000€.

La tasa de retención de clientes es el índice que mide la fidelidad de los clientes hacia un negocio durante un plazo de tiempo concreto, expresado en un porcentaje. Es decir, que indica la capacidad de un negocio para retener a sus clientes durante un tiempo determinado. La tasa de retención de clientes en nuestra empresa sería un 70%.

El margen bruto es la diferencia entre los ingresos y el costo de los bienes vendidos dividido por los ingresos. El margen bruto se expresa como un porcentaje. Generalmente, se calcula como el precio de venta de un artículo, menos el costo de los bienes vendidos. En la empresa Fridges & Co el margen bruto de beneficio serían 15000€.

El ROI es la sigla en inglés de “Return On Investment”, cuya traducción al español es “retorno de la inversión”. Se trata de una de las principales métricas que se utilizan en marketing a día de hoy para calcular la rentabilidad de algunas inversiones, como una campaña o acción concreta. Nuestro ROI sería del 15%.