

ערוצי פרסום					
					עלות הכוללת של פרסום לפי ערוץ
					כמות פניות של לקוחות
					כמות פגישות שנקבאו (במידה ולא רלוונטי להשאיר ריק)
					כמות עסקאות שנסגרו
					סכום עסקאות שנסגרו
					עלות של כל פניה (עלות הפרסום/ כמות פניות)
					יחס המרה ב% בין פניות לפגישות (כמות פגישות/כמות פניות)*100
					עלות פגישה (עלות הפרסום/כמות פגישות)
					אחוזי סגירת עסקאות בפגישה (כמות פגישות/כמות פניות)*100
					אחוזי סגירת עסקאות מפניות (כמות פגישות/כמות פניות)*100
					עלות של כל עסקה (עלות פרסום/כמות פגישות)