CANAIS NESTA TELA · E-commerce · Fora: lojas físicas

PAINEL DE CAMPANHAS

CAMPANHAS DO ANO

Cada ação comercial em sua própria aba: o que ela vendeu no período, o orgânico e a mídia que estava no ar, separada por camada.

- **Super Semana da Casa** 02 a 12/07/2026 · Casa
  9 de 44 produtos da oferta venderam · **R$ 5.131 no e-commerce**
- **Arrocha Paizão | Ferramentas e Máquinas** 03 a 12/08/2026 · Ferramentas
  6 de 15 produtos da oferta venderam · **R$ 5.129 no e-commerce**
- **Fortaleza Líquida** 28/08 a 06/09/2026 · Liquidação
  1 de 8 produtos da oferta venderam · **R$ 89,90 no e-commerce**
- **Iluminatel** 08 a 17/09/2026 · Iluminação
  1 de 17 produtos da oferta venderam · **R$ 50,00 no e-commerce**

Miner

NORMATEL × MINER

AS QUATRO AÇÕES, LADO A LADO

Cada linha é uma ação comercial de 2026, medida do mesmo jeito: quantos anúncios falaram do produto, quanta conversa eles abriram, quanto a oferta vendeu e o que a loja fez na janela.

CAMPANHA	ANÚNCIOS DE OFERTA	CONVERSAS PELA OFERTA	PRODUTOS QUE VENDERAM	RECEITA DA OFERTA	CONVERSAS POR DIA	LOJA NA JANELA	VS JANELA ANTERIOR
Super Semana da Casa 02 a 12/07/2026 · 11 dias	1	4	9 de 44	R$ 5.131	146	R$ 34.070	+16,2%
Arrocha Paizão 03 a 12/08/2026 · 10 dias	4	156	6 de 15	R$ 5.129	187	R$ 46.604	+90,8%
Fortaleza Líquida 28/08 a 06/09/2026 · 10 dias	2	84	1 de 8	R$ 89,90	158	R$ 23.547	-32,1%
Iluminatel 08 a 17/09/2026 · 10 dias	32	399	1 de 17	R$ 50,00	170	R$ 23.721	+5,7%

Anúncio de produto é condição necessária, não suficiente. A campanha de ferramentas fez **39 conversas por anúncio de oferta** e vendeu R$ 5.129 do que anunciou. A de iluminação teve **8,0 vezes mais anúncios de oferta** e fez 12 conversas por anúncio, vendendo **R$ 50,00** dos 17 produtos em 10 dias. A loja cresceu 5,7% na janela dela, mas vendendo outra coisa: em nenhum dos meses com dado de e-commerce um item de iluminação apareceu entre os dez mais vendidos. Na janela dela, o que mais vendeu no site foi banheiro, pisos e revestimentos e tintas e acessórios.

CANAIS NESTA TELA

- WhatsApp e Direct
- E-commerce
- Anúncios no Meta
- Perfil no Instagram
- Fora: lojas físicas

CAMPANHA · CASA

SUPER SEMANA DA CASA

02 a 12/07/2026 · 11 dias



VISUALIZAÇÕES	ALCANCE TOTAL	CLIQUES NO LINK
282.923	319.586	4.762
CONVERSAS	**OFERTA VENDIDA**	**RECEITA DA OFERTA**
1.609	9/44	R$ 5.131

O PERÍODO EM NÚMEROS

Super Semana da Casa · 02 a 12/07/2026. Orgânico e mídia paga do Instagram somados na janela da campanha.

VISUALIZAÇÕES

282.923

posts e stories somados

ALCANCE TOTAL

319.586

90.883 orgânico + 228.703 de mídia

INTERAÇÕES

2.888

2.275 em posts · 613 em stories

SEGUIDORES

135.811

base ao fim do período

CLIQUES NO LINK

4.762

433 por dia

CONVERSAS WHATSAPP

1.609

abertas no Omnichat no período

O QUE A OFERTA FEZ NO E-COMMERCE · OPERAÇÃO NO PERÍODO, NÃO VENDA ATRIBUÍDA AO ANÚNCIO

PRODUTOS DA OFERTA QUE VENDERAM

9 de 44

35 sem uma unidade vendida

UNIDADES VENDIDAS

42

somadas na janela da campanha

RECEITA DA OFERTA

R$ 5.131

15,3% da receita do e-commerce

Conversas vêm do Omnichat (todas as abertas no período, todos os canais), não da atribuição do anúncio. Alcance de mídia soma toda a mídia de varejo no ar na janela; o recorte do que era da ação está no slide de camadas.

WHATSAPP E E-COMMERCE, LADO A LADO

Super Semana da Casa, de 02/07 a 12/07, contra os 11 dias antes (21/06 a 01/07), em cada canal digital. Nada aqui é venda atribuída ao anúncio.

WHATSAPP E DIRECT

atendimento no Omnichat e anúncios do Meta

CONVERSAS NO ATENDIMENTO ▲ +18,1%

1.609

WhatsApp 1.514 (94%) · Direct 95

VENDAS EFETIVADAS ▲ +38,3%

65

4,0% das conversas; antes, 47 (3,5%)

CONVERSAS ABERTAS POR ANÚNCIO ▲ +582,8%

198

todos os anúncios de varejo do Meta na janela, que levam ao WhatsApp

INVESTIMENTO EM ANÚNCIOS DE VAREJO ▲ +7,2%

R$ 3.316

Meta, sem a Venda Corporativa; antes, R$ 3.092

E-COMMERCE

loja online, pelo Google Analytics 4

RECEITA DE COMPRAS ▲ +16,2%

R$ 34.070

antes, R$ 29.321

PEDIDOS ▲ +57,1%

121

pedidos únicos; antes, 77

TICKET MÉDIO ▼ -26,1%

R$ 282

antes, R$ 381

SESSÕES NO SITE ▲ +33,7%

29.949

antes, 22.407

FORA DESTA CONTA A venda das onze lojas físicas e o valor vendido pelo WhatsApp: o atendimento registra a venda como motivo de fechamento, sem o valor do pedido.

FONTE · Omnichat, conversas e motivo de fechamento, dia de Fortaleza · Meta Ads, anúncios de varejo, sem a Venda Corporativa · Google Analytics 4, receita de compras, pedidos únicos e sessões

A AÇÃO MOVIMENTOU A CATEGORIA?

Venda por item no site e conversas abertas pelos anúncios, por categoria da loja, de 02/07 a 12/07 contra os 11 dias antes. Em destaque, as categorias dos 44 produtos da oferta.

CATEGORIA DA LOJA	PRODUTOS DA OFERTA	SITE: VENDA POR ITEM	VS ANTES	ANÚNCIOS: CONVERSAS	VS ANTES
Casa categoria da oferta	33	**R$ 7.237**	▲ +330,9%	**194**	sem base antes
Cozinha categoria da oferta	10	**R$ 1.382**	▲ +571,4%	nenhuma	sem movimento
Climatização categoria da oferta	1	**R$ 600**	sem base antes	nenhuma	sem movimento
Portas, Janelas e Ferragens	nenhum	**R$ 6.164**	▲ +199,3%	nenhuma	sem movimento
Tintas e Acessórios	nenhum	**R$ 5.497**	▼ -26,5%	**2**	▼ -50,0%
Outras 7 categorias	nenhum	R$ 12.664	▼ -29,4%	nenhuma	sem movimento
Anúncio de várias categorias ou sem produto		não se aplica		2	▼ -92,0%

Casa: R$ 7.237 no site contra R$ 1.680 nos dias antes; os anúncios da categoria abriram 194 conversas (antes, 0), de 198 de todos os anúncios de varejo.

Nas outras telas do painel, "pela oferta" conta só os anúncios dos produtos da lista da campanha: 4 conversas. Aqui entra todo anúncio que mostra produto da categoria.

FONTE · Google Analytics 4, venda por item, com a categoria de cada produto no cadastro da loja normatel.com.br · Meta Ads, conversas iniciadas por anúncio, com a categoria lida do texto do anúncio e do post

A Oferta

Os produtos anunciados na campanha e o que cada um vendeu no e-commerce.

O QUE A OFERTA VENDEU

44 produtos em oferta no e-commerce. Cada quadrado é um produto anunciado: cheio, saiu do estoque no período; vazio, não vendeu uma unidade.

PRODUTOS QUE VENDERAM

9 de 44

35 não venderam uma unidade

UNIDADES VENDIDAS

42

saiu do zero · não vendia nos dias anteriores

RECEITA DA OFERTA

R$ 5.131

contra R$ 0,00 nos 11 dias anteriores

PESO NA LOJA

15,3%

da receita dos produtos vendidos no período

TICKET DA OFERTA

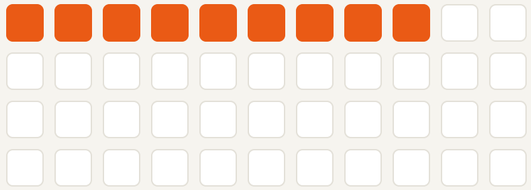
R$ 122

receita ÷ unidades

RECEITA DA LOJA

R$ 34.070

122 SKUs diferentes venderam



20%

da lista de oferta girou no e-commerce durante a campanha.

Venda de e-commerce cruzada produto a produto pelo SKU (o **itemId** do GA4 é o mesmo código da lista de oferta), sem casar por nome. É **operação no período**: mede o giro da oferta enquanto a campanha rodava, não venda atribuída ao anúncio. Comparação = os 11 dias imediatamente anteriores (21/06 a 01/07).

OS PRODUTOS QUE GIRARAM

9 dos 44 produtos da oferta tiveram venda no e-commerce durante a campanha, somando R$ 5.131.

#	SKU	PRODUTO	UNIDADES	RECEITA	VS ANTERIOR
1	42957	Cloro Granulado Genco 3 em 1 10kg Genco	11	R$ 1.979	de 0 → 11
2	51987	Grama Artificial 25mm Rolo 1x5m Casa OK	2	R$ 800	de 0 → 2
3	23950	Cortador de Grama Elétrico 1300W220 79661/151 Tramontina	1	R$ 630	de 0 → 1
4	68691	Ventilador de Mesa e Parede Flow Turbo 220V Preto Wap	4	R$ 600	de 0 → 4
5	64202	Lixeira com Tampa Plástica New Inox 5 Litros Tramontina	7	R$ 384	de 0 → 7
6	44444	Cadeira Bistrô Branca Tramontina	6	R$ 299	de 0 → 6
7	59087	Travesseiro Antistress 50x70 Altenburg	3	R$ 210	de 0 → 3
8	69383	Antena Interna HDTV 1,8M Base com Ímã Santana	7	R$ 139	de 0 → 7
9	64203	Lixeira com Tampa Plástica New Inox 12 Litros Tramontina	1	R$ 89,90	de 0 → 1

O QUE NÃO SAIU

35 produtos da oferta (80% da lista) não venderam uma única unidade no e-commerce durante a campanha.

44471	Aparador de Grama 1000W AP1000 220V Laranj...
59521	Aspirador De Pó Vestical VCL 2000 200v Karcher
54275	Banqueta Niterói Cinza Tramontina
54274	Banqueta Niterói Preta Tramontina
72721	Cadeira Malibu SF5901 CASA OK
42958	Clarificante Genfloc Auxiliar de Filtração 1...
70755	Conjunto do Assador 2 Peças Garfo e Faca Mor
70353	Cooktop a Gás 4 Bocas Fit Line Trempe Iron...
70355	Cooktop a Gás Fischer 5 Bocas Fit Line Trempe...
45022	Espreguicadeira Aco Decor SF5502CZ CASA OK
70759	Faca 8 Steel Aço Cabo Madeira
60175	Jogo Trinchante Churrasco com Lâminas em Aço...
69285	Jogo de12 Peças Churrasco Dynamic Lâmina Aço...
69286	Kit para Churrasco Tramontina Plenus com...
68447	Liquidificador Creamy 220V Preto Gaabor
28732	Mangueira Jardim Flex com Engate 79172100 10...
61786	Manta Antiaderente Para Grill E Churrasqueir...
72720	Mesa Redonda Malibu SF4014 CASA OK
72722	Ombrelone Cinza Casa OK
61737	Petisqueira de Bambu com 4 Divisórias 33cm x...
61735	Petisqueira de Bambu com 5 Divisórias 25cm x...
61736	Petisqueira de Bambu com 5 Divisórias 30cm x...
44668	Porteiro Eletrônico Residencial IPR 1010...
66097	Protetor de Travesseiro Malha Slim 50X70CM...
60457	Spray Zip Espuma Desengordurante 300ml My...
6056	Suporte Mural para Mangueira 78592/000...
69379	Suporte para TV Fixo Universal 10/A85...
42961	Tablete Multipla Ação 3 em 1 200g Genco
71745	Vaso Atibaia 31 cm Areia
71746	Vaso Atibaia 31 cm Bege
71747	Vaso Atibaia 31 cm Preto
71748	Vaso Atibaia 43 cm Areia
71749	Vaso Atibaia 43 cm Bege
71751	Vaso Atibaia 43 cm Preto
44669	Vídeo Porteiro Color IVR 1010 Branco Intelbras

Produto sem venda não é necessariamente produto ruim: pode não ter aparecido no anúncio, não ter página pronta, estar sem estoque ou sem preço competitivo. A lista serve pra escolher, na próxima ação, o que entra e o que sai.

A OFERTA E O RESTO DA LOJA

Enquanto a campanha rodava, estes foram os produtos mais vendidos no e-commerce que não estavam na lista da ação.

#	PRODUTO FORA DA OFERTA	UNIDADES	RECEITA
1	Tinta Impermeável Vedapren Parede 18Kg Vedacit	6	R$ 1.799
2	Arame Farpado Nelore Rolo 500 Metros Morlan	6	R$ 1.799
3	Janela De Alumínio 100x100 02 Folhas Vidro Liso Líder	12	R$ 1.799
4	Caixa D'Água Polietileno 1.000 Litros Fortlev	2	R$ 1.000
5	Chuveiro Acqua Duo Branco 220 6800W Lorenzetti	1	R$ 810
6	Cuba Retangular de Embutir 50cm Branco Deca	1	R$ 785
7	Tinta Decora Diamante Acrílico Semibrilho 18 Litros Branco Gelo...	1	R$ 750
8	Pia 1CC 120x52 Aço 430 Tramontina	5	R$ 750
9	Porta De Alumínio 210x80 1 Folha Com Basculante Natural Vidro...	1	R$ 740
10	Parafusadeira e Furadeira de Impacto 12v 10mm Rosa Makita	1	R$ 700

COMPOSIÇÃO DA RECEITA NO PERÍODO



Oferta da campanha · 15,3% **Resto da loja · 84,7%**

R$ 5.131 da oferta dentro de R$ 33.543 de receita dos produtos vendidos no e-commerce nos 11 dias.

A leitura útil aqui é de sortimento: se o que mais vende na loja durante a ação não é o que a ação anuncia, a próxima lista de oferta tem espaço pra ficar mais perto da demanda real.

Instagram Orgânico

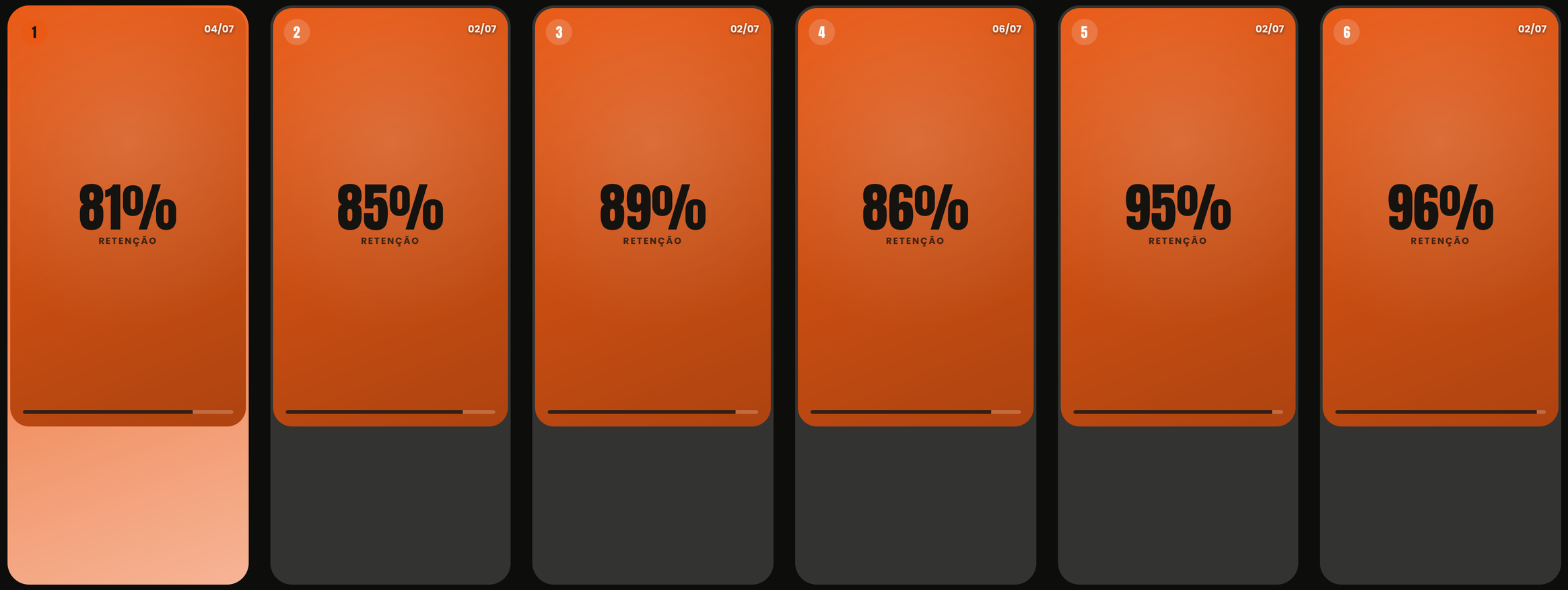
Stories, conteúdos e postagens do perfil no período da campanha.

CANAIS NESTA TELA · Perfil no Instagram

INSTAGRAM ORGÂNICO

OS STORIES MAIS VISTOS

TOP 6 · MAIS VISTOS
RETENÇÃO DA AUDIÊNCIA



As miniaturas passam a ser capturadas no dia da publicação; os stories deste período já haviam expirado no Instagram (janela de 24h), por isso aparecem na cor da marca.

CANAIS NESTA TELA | Perfil no Instagram

INSTAGRAM ORGÂNICO

OS STORIES QUE MENOS SEGURARAM

6 · MENOR RETENÇÃO

DIA DA SEMANA + MÉTRICAS · SEM REPETIR OS MELHORES

		RETENÇÃO	VIEWS	ALCANCE	INTER.
1	ter 07/07	65%	1,9k	1,6k	6
2	qua 08/07	68%	1,9k	1,5k	11
3	qui 09/07	75%	2,0k	1,7k	4
4	dom 05/07	75%	1,8k	1,5k	9
5	dom 05/07	75%	1,7k	1,4k	7
6	sex 10/07	76%	1,6k	1,3k	6

INSTAGRAM ORGÂNICO

CONTEÚDOS CAMPEÕES

TOP 10 POSTS
POR ENGAJAMENTO

1



Quem comeu os petiscos da petisqueira? Ah... er...

6 jul

808 ENGAJAMENTO

741 CUR 13 COM 28 CMP 14 SAV

2



Não dá pra acreditar em tudo que a gente vê n...

7 jul

323 ENGAJAMENTO

296 CUR 5 COM 9 CMP 8 SAV

3



Pra fazer essa vitamina, só mesmo com IA. Mas esse...

7 jul

185 ENGAJAMENTO

151 CUR 7 COM 11 CMP 7 SAV

4



O único esforço que você vai fazer é apertar o...

8 jul

143 ENGAJAMENTO

103 CUR 9 COM 20 CMP 6 SAV

5



Imagina ter uma piscina dessas? Mas só imagin...

2 jul

139 ENGAJAMENTO

96 CUR 26 COM 8 CMP 2 SAV

6



O que é IA e o que é real nesse vídeo? 👀 Super...

4 jul

127 ENGAJAMENTO

104 CUR 10 COM 6 CMP 4 SAV

7

Peça exibida em
Melhores Anúncios · Super Semana da Casa

Ainda não renovou sua casa? Pois cuida que ainda dá...

4 jul

70 ENGAJAMENTO

57 CUR 6 COM 3 CMP 1 SAV

8



Tem coisa que só parece boa demais pra ser...

7 jul

67 ENGAJAMENTO

53 CUR 0 COM 10 CMP 1 SAV

9



Tem coisa que parece IA... mas essas ofertas são...

3 jul

67 ENGAJAMENTO

58 CUR 3 COM 1 CMP 3 SAV

10



Parece IA, mas o melhor preço do ano é REAL! 🏠...

2 jul

62 ENGAJAMENTO

42 CUR 1 COM 17 CMP 2 SAV

CANAIS NESTA TELA · Perfil no Instagram

INSTAGRAM ORGÂNICO

POSTAGENS EM COLLAB

3 DE 17 PUBLICAÇÕES
17,6% DO CONTEÚDO DO PERÍODO

Cada post em collab alcançou em média **5,79×** o alcance de um post sem parceria. A taxa de engajamento fica menor porque a parceria entrega o conteúdo a um público novo, que curte e comenta proporcionalmente menos que a base do perfil.

POR PUBLICAÇÃO	COM COLLAB	SEM COLLAB	DIFERENÇA
Alcance médio	16.779	2.896	↑ 479,4%
Visualizações médias	22.076	4.106	↑ 437,7%
Interações médias	400	77	↑ 419,5%
Taxa de engajamento	2,39%	2,65%	↓ 9,8%

CONVITES NÃO ACEITOS · 5 5 publicações marcaram um parceiro que não aceitou o convite (). Sem o aceite o post não sai no perfil dele, não ganha o alcance da parceria e entra na conta como publicação sem collab.

PARCEIROS DO PERÍODO

@cleanesampaioo	23.548	ALC. MÉDIO	2 posts
@ana.karenyna	3.240	ALC. MÉDIO	1 post

AS PUBLICAÇÕES EM COLLAB DO PERÍODO

COLLAB

Peça exibida em
Campeões · Super Semana da Casa

6 jul · Reels
28.323 ALCANCE · 808 INTERAÇÕES

COLLAB

Peça exibida em
Campeões · Super Semana da Casa

7 jul · Reels
18.773 ALCANCE · 323 INTERAÇÕES

COLLAB

Peça exibida em
Melhores Anúncios · Super Semana da Casa

4 jul · Reels
3.240 ALCANCE · 70 INTERAÇÕES

CANAIS NESTA TELA · Perfil no Instagram

INSTAGRAM ORGÂNICO

CONTEÚDOS QUE MENOS PERFORMARAM

7 POSTS

MENOR ENGAJAMENTO · SEM REPETIR OS CAMPEÕES

1



Fake é acreditar nas histórias da internet. 😂...

9 jul

23 ENGAJAMENTO

16 CUR · 1 COM · 1 CMP · 4 SAV

2



Tem coisa que parece IA... mas o melhor preço do...

7 jul

28 ENGAJAMENTO

25 CUR · 0 COM · 0 CMP · 2 SAV

3



Cada estrela da nossa seleção deixou uma histór...

4 jul

29 ENGAJAMENTO

23 CUR · 1 COM · 0 CMP · 5 SAV

4



Tem oportunidade que não dá pra deixar passar... e...

6 jul

43 ENGAJAMENTO

36 CUR · 4 COM · 3 CMP · 0 SAV

5



Olha a onda de ofertas da Normatel! 🌊 Arraste pro...

9 jul

44 ENGAJAMENTO

39 CUR · 0 COM · 4 CMP · 0 SAV

6



É, não foi dessa vez... a única verdade por enquanto...

6 jul

56 ENGAJAMENTO

47 CUR · 0 COM · 5 CMP · 2 SAV

7



E esse making of? É real ou é IA? Corre aqui...

12 jul

61 ENGAJAMENTO

56 CUR · 0 COM · 2 CMP · 1 SAV

RANKING POR MÉTRICA

Os posts que ficaram entre os seis primeiros em alcance, curtidas, comentários, compartilhamentos ou salvamentos na janela da campanha.
O número pequeno é a posição do post em cada ranking.

POST	ALCANCE	CURTIDAS	COMENTÁRIOS	COMPARTILHAMENTOS	SALVAMENTOS
Quem comeu os petiscos da petisqueira? Ah... e... 2026-07-06 · reels	**28.323** 1º	**741** 1º	13 2º	**28** 1º	**14** 1º
Imagina ter uma piscina dessas? Mas só imagina... 2026-07-02 · reels	4.408 4º	96 6º	**26** 1º	8	2
Não dá pra acreditar em tudo que a gente vê na... 2026-07-07 · reels	18.773 2º	296 2º	5	9 6º	8 2º
O único esforço que você vai fazer é apertar o... 2026-07-08 · reels	3.126	103 5º	9 4º	20 2º	6 4º
Pra fazer essa vitamina, só mesmo com IA. Mas ... 2026-07-07 · reels	5.447 3º	151 3º	7 5º	11 4º	7 3º
O que é IA e o que é real nesse vídeo? Supe... 2026-07-04 · reels	3.714 5º	104 4º	10 3º	6	4
Parece IA, mas o melhor preço do ano é REAL! ... 2026-07-02 · carrossel	2.369	42	1	17 3º	2

FONTE · Instagram, @normatel.homecenter · as imagens destes posts estão na tela Conteúdos Campeões

Meta Pago

Entrega, eficiência e os anúncios que rodaram na campanha.

O QUE RODOU, E O QUE ERA DA AÇÃO

Tudo que estava no ar na janela da campanha, em três camadas: o que falava do produto da ação, o resto do varejo que rodou junto e a venda corporativa.

Mídia da oferta

O anúncio que fala do produto da ação.

IMPRESSÕES	CLIQUES NO LINK	CTR	CAMPANHAS
36.557	181	0,7%	1

NRMT- 640 - SITE - FEED - JULHO - CASA - FORTALEZA	36.557

Mídia de marca no período

O resto do varejo no ar na janela: seguidor, institucional, parceiros e outras ofertas.

IMPRESSÕES	CLIQUES NO LINK	CTR	CAMPANHAS
391.219	4.581	1,3%	10

NRMT- 640 - SEGUIDOR - FEED - JULHO (RENOVA COR)...	162.756
NRMT- 640 - SEGUIDOR - FEED - JULHO - FORTALEZA —...	124.207
NRMT- 640 - WPP - FEED - JULHO (RENOVA COR) - JUAZEIRO...	30.379
NRMT- 640 - FEED - JULHO - FORTALEZA — COMEÇOU - 12/07...	25.154
NRMT- 640 - WPP - FEED - JULHO (RENOVA COR) - JUAZEIRO...	24.378
NRMT- 640 - WPP - FEED - JULHO - FORTALEZA — IA - 12/07	16.112
NRMT- 640 - WPP - FEED - JULHO - FORTALEZA — IA - 08...	8.233

+ 3 outras

B2B always-on

Venda corporativa. Fora da leitura de varejo.

IMPRESSÕES	CLIQUES NO LINK	CTR	CAMPANHAS
105.065	731	1,4%	3

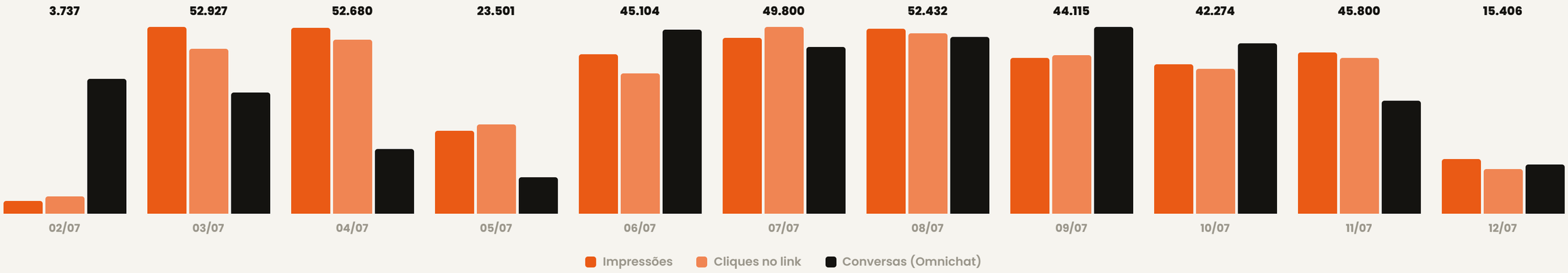
NRMT- 640 - GDC - FEED — B2B (VENDA CORP) — JUZEIRO	55.705
NRMT - GDC - FEED — B2B (VENDA CORP) - FORTALEZA	49.360
NRMT- 640 - GDC - FEED — B2B (VENDA CORP) — JUZEIRO —...	0

A camada sai do nome da campanha no Meta.

META ADS

Entrega e eficiência da mídia paga no Instagram e Facebook no período da campanha.

IMPRESSÕES	ALCANCE	CLIQUES NO LINK	CTR	CAMPANHAS NO AR	CONVERSAS NO PERÍODO
427.776	228.703	4.762	1,2%	11	1.609
38.889 por dia	frequência 1,9×	433 por dia	cliques ÷ impressões	da ação, no período	Omnichat, todos os canais



MÍDIA PAGA · META ADS

ANÚNCIOS COM MAIS ENTREGA

TOP 4 ANÚNCIOS
MAIS IMPRESSÕES NO PERÍODO · ARTE REPETIDA VEM MARCADA

1

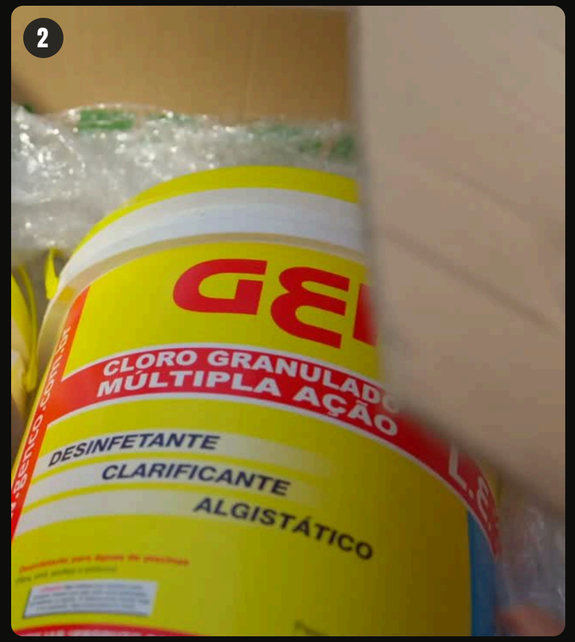
Peça exibida em
Super Semana da Casa · Super Semana da Casa

AÇÃO CASA - 12/07

TRÁFEGO

4.104	4.021	1,3%
CLIQUES	NO LINK	CTR

2



AÇÃO CASA - 12/07 - IA

TRÁFEGO

615	368	1,3%
CLIQUES	NO LINK	CTR

3



ANA KAREN + TRAMONTINA - 12/07

TRÁFEGO

308	192	1,4%
CLIQUES	NO LINK	CTR

4

Mesma peça de outro item
desta tela

CUPOM - SITE

SITE

254	181	0,7%
CLIQUES	NO LINK	CTR

O QUE ESSES NÚMEROS DIZEM

Leitura derivada dos dados do próprio painel: cada afirmação abaixo sai de um número que está nos slides anteriores.

01 A maior parte da lista não saiu

9 dos 44 produtos anunciados (20%) tiveram ao menos uma venda no e-commerce durante a ação. Os outros 35 fecharam o período em zero.

02 A receita da oferta depende de um produto

Cloro Granulado Genco 3 em 1 10kg Genco sozinho respondeu por 39% do que a oferta faturou (R$ 1.979 de R$ 5.131). Tirando ele, a ação fica R$ 3.152.

03 O peso da ação dentro da loja

A oferta respondeu por 15,3% da receita do e-commerce nos 11 dias da ação. Os outros 84,7% vieram de produtos que não estavam na lista.

04 A oferta quase não teve anúncio próprio

Da entrega de varejo no período, 8,5% veio de campanha que fala da oferta (36.557 impressões); o resto foi mídia de marca (391.219). O que sustentou a presença na janela não foi a comunicação do produto.

05 A lista saiu do zero

Nenhum dos 44 produtos da oferta vendeu uma unidade nos 11 dias anteriores à ação, enquanto a loja vendia R$ 29.411 em outros produtos (soma da venda por item). Durante a campanha eles fizeram R$ 5.131: o giro apareceu na janela da ação.

Coincidir no tempo não prova causa: a venda do período é o que a loja fez enquanto a campanha rodava, não o que o anúncio gerou. Onde falta base para comparar, o painel diz que falta em vez de arredondar.

CANAIS NESTA TELA · WhatsApp e Direct · E-commerce · Anúncios no Meta · Perfil no Instagram · Fora: lojas físicas

CAMPANHA · FERRAMENTAS

ARROCHA PAIZÃO | FERRAMENTAS E MÁQUINAS

03 a 12/08/2026 · 10 dias



VISUALIZAÇÕES	ALCANCE TOTAL	CLIQUES NO LINK
196.901	326.342	4.390
CONVERSAS	**OFERTA VENDIDA**	**RECEITA DA OFERTA**
1.871	6/15	R$ 5.129

O PERÍODO EM NÚMEROS

Arrocha Paizão | Ferramentas e Máquinas · 03 a 12/08/2026. Orgânico e mídia paga do Instagram somados na janela da campanha.

VISUALIZAÇÕES
196.901
posts e stories somados

ALCANCE TOTAL
326.342
57.178 orgânico + 269.164 de mídia

INTERAÇÕES
2.855
2.426 em posts · 429 em stories

SEGUIDORES
137.948
base ao fim do período

CLIQUES NO LINK
4.390
439 por dia

CONVERSAS WHATSAPP
1.871
abertas no Omnichat no período

O QUE A OFERTA FEZ NO E-COMMERCE · OPERAÇÃO NO PERÍODO, NÃO VENDA ATRIBUÍDA AO ANÚNCIO

PRODUTOS DA OFERTA QUE VENDERAM
6 de 15
9 sem uma unidade vendida

UNIDADES VENDIDAS
16
somadas na janela da campanha

RECEITA DA OFERTA
R$ 5.129
11,3% da receita do e-commerce

Conversas vêm do Omnichat (todas as abertas no período, todos os canais), não da atribuição do anúncio. Alcance de mídia soma toda a mídia de varejo no ar na janela; o recorte do que era da ação está no slide de camadas.

WHATSAPP E E-COMMERCE, LADO A LADO

Arrocha Paizão, de 03/08 a 12/08, contra os 10 dias antes (24/07 a 02/08), em cada canal digital. Nada aqui é venda atribuída ao anúncio.

WHATSAPP E DIRECT

atendimento no Omnichat e anúncios do Meta

CONVERSAS NO ATENDIMENTO ▲ +44,3%

1.871

WhatsApp 1.782 (95%) · Direct 89

VENDAS EFETIVADAS ▲ +94,7%

74

4,0% das conversas; antes, 38 (2,9%)

CONVERSAS ABERTAS POR ANÚNCIO ▲ +381,2%

462

todos os anúncios de varejo do Meta na janela, que levam ao WhatsApp

INVESTIMENTO EM ANÚNCIOS DE VAREJO ▲ +7,7%

R$ 3.647

Meta, sem a Venda Corporativa; antes, R$ 3.386

E-COMMERCE

loja online, pelo Google Analytics 4

RECEITA DE COMPRAS ▲ +90,8%

R$ 46.604

antes, R$ 24.426

PEDIDOS ▲ +29,3%

128

pedidos únicos; antes, 99

TICKET MÉDIO ▲ +47,6%

R$ 364

antes, R$ 247

SESSÕES NO SITE ▲ +15,8%

30.990

antes, 26.753

FORA DESTA CONTA A venda das onze lojas físicas e o valor vendido pelo WhatsApp: o atendimento registra a venda como motivo de fechamento, sem o valor do pedido.

FONTE · Omnichat, conversas e motivo de fechamento, dia de Fortaleza · Meta Ads, anúncios de varejo, sem a Venda Corporativa · Google Analytics 4, receita de compras, pedidos únicos e sessões

A AÇÃO MOVIMENTOU A CATEGORIA?

Venda por item no site e conversas abertas pelos anúncios, por categoria da loja, de 03/08 a 12/08 contra os 10 dias antes. Em destaque, as categorias dos 15 produtos da oferta.

CATEGORIA DA LOJA	PRODUTOS DA OFERTA	SITE: VENDA POR ITEM	VS ANTES	ANÚNCIOS: CONVERSAS	VS ANTES
Ferramentas e EPI categoria da oferta	14	R$ 16.355	▲ +807,7%	456	sem base antes
Portas, Janelas e Ferragens categoria da oferta	1	R$ 2.455	▼ -15,3%	nenhuma	sem movimento
Pisos e Revestimentos	nenhum	R$ 14.753	▲ +1304,5%	1	▼ -98,1%
Banheiro	nenhum	R$ 4.159	▼ -26,4%	nenhuma	▼ -100,0%
Material Básico	nenhum	R$ 2.464	▲ +42,8%	5	sem base antes
Outras 6 categorias	nenhum	R$ 4.852	▼ -53,7%	nenhuma	sem movimento
Anúncio de várias categorias ou sem produto		não se aplica		nenhuma	▼ -100,0%

Ferramentas e EPI: R$ 16.355 no site contra R$ 1.802 nos dias antes; os anúncios da categoria abriram 456 conversas (antes, 0), de 462 de todos os anúncios de varejo.

Em **Pisos e Revestimentos**, R$ 7.267 dos R$ 14.753 são de um só produto, fora da oferta (Cerâmica 63X122CM Pacific Blue Polido Tipo A 2,3 Embramaco).

Nas outras telas do painel, "pela oferta" conta só os anúncios dos produtos da lista da campanha: 156 conversas. Aqui entra todo anúncio que mostra produto da categoria.

FONTE · Google Analytics 4, venda por item, com a categoria de cada produto no cadastro da loja normatel.com.br · Meta Ads, conversas iniciadas por anúncio, com a categoria lida do texto do anúncio e do post

A Oferta

Os produtos anunciados na campanha e o que cada um vendeu no e-commerce.

O QUE A OFERTA VENDEU

15 produtos em oferta no e-commerce. Cada quadrado é um produto anunciado: cheio, saiu do estoque no período; vazio, não vendeu uma unidade.

PRODUTOS QUE VENDERAM
6 de 15
9 não venderam uma unidade

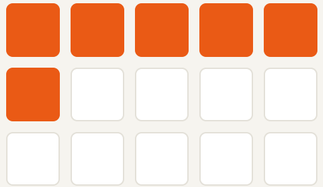
UNIDADES VENDIDAS
16
saiu do zero · não vendia nos dias anteriores

RECEITA DA OFERTA
R$ 5.129
contra R$ 0,00 nos 10 dias anteriores

PESO NA LOJA
11,3%
da receita dos produtos vendidos no período

TICKET DA OFERTA
R$ 321
receita ÷ unidades

RECEITA DA LOJA
R$ 46.604
98 SKUs diferentes venderam



40%

da lista de oferta girou no e-commerce durante a campanha.

Não houve comunicação da campanha no site: a ação foi anunciada só na mídia.

Venda de e-commerce cruzada produto a produto pelo SKU (o **itemId** do GA4 é o mesmo código da lista de oferta), sem casar por nome. É **operação no período**: mede o giro da oferta enquanto a campanha rodava, não venda atribuída ao anúncio. Comparação = os 10 dias imediatamente anteriores (24/07 a 02/08).

OS PRODUTOS QUE GIRARAM

6 dos 15 produtos da oferta tiveram venda no e-commerce durante a campanha, somando R$ 5.129.

#	SKU	PRODUTO	UNIDADES	RECEITA	VS ANTERIOR
1	30791	Carrinho de Mão Extraforte Metálico 65 Litros Cinza Tramontina	9	R$ 2.609	de 0 → 9
2	69059	Combo Furadeira/Parafusadeira GSB 183 LI + Bolsa Bosch	3	R$ 1.710	de 0 → 3
3	54681	Serra Mármore 110mm (4 3/8POL) 220V Makita	1	R$ 370	de 0 → 1
4	59555	Esmerilhadeira 4 1/2 650w 220v 4 Disco e Bolsa Black e Decker	1	R$ 190	de 0 → 1
5	55684	Parafusadeira/Furadeira Bateria 12V Pfv120I Com Impacto Vonder	1	R$ 190	de 0 → 1
6	34173	Compressor de Ar Portátil para Carros 300Psi 50W 12V...	1	R$ 59,90	de 0 → 1

O QUE NÃO SAIU

9 produtos da oferta (60% da lista) não venderam uma única unidade no e-commerce durante a campanha.

65339	Fechadura Digital FDS-10 EP Preto Pado
62480	Gerador De Energia a Diesel TDG8500SLE3XP...
28612	Jogo Chave Fenda 6 Peças 41110/506 Tramontina
45026	Kit de pontas e brocas V-Line 41 peças Bosch
	Maquina Assentar Piso à Bateria 12v Map120...
65444	
58200	Motocompressor 7.6 21 Litros 2hp 220v...
66247	Motosserra a Gasolina 2T TCS42X-16SN-OR Toyama
65218	Peneira Eletrica Giratoria (Monocomandofasica)
51731	Soprador Térmico STV200 220V Vonderr

Produto sem venda não é necessariamente produto ruim: pode não ter aparecido no anúncio, não ter página pronta, estar sem estoque ou sem preço competitivo. A lista serve pra escolher, na próxima ação, o que entra e o que sai.

A OFERTA E O RESTO DA LOJA

Enquanto a campanha rodava, estes foram os produtos mais vendidos no e-commerce que não estavam na lista da ação.

#	PRODUTO FORA DA OFERTA	UNIDADES	RECEITA
1	Cerâmica 63X122CM Pacific Blue Polido Tipo A 2,3 Embramaco	92	R$ 7.267
2	Porcelanato 94,5x94,5 Icaro Polido Tipo A 2,68 Cinza Cerbras	23	R$ 3.883
3	Ducha Futura Blindada 220V/7500W Lorenzetti	13	R$ 2.600
4	Serra Mármore 125mm 1.350W 220v Stanley	6	R$ 1.619
5	Furadeira de Impacto GSB 450 RE 220v + X-Line 34 Peças Bosh	5	R$ 1.499
6	Porcelanato 82x82 Ônix Premium Lux Plus Tipo A 2,02 Embramaco	7	R$ 1.343
7	Porcelanato 80x80cm Chicago Nebia Satin Tipo A 2,60 Biancogres	6	R$ 1.279
8	Furadeira de Impacto 500 W 220v 3/8" com Sistema de Reversão...	12	R$ 1.199
9	Escada Extensível Vazada 3,60X6,00M 12X19 WB	1	R$ 1.035
10	Esmerilhadeira Angular 4 1/2 GWS 700 710W Bosch	4	R$ 1.000

COMPOSIÇÃO DA RECEITA NO PERÍODO



Oferta da campanha · 11,3% **Resto da loja · 88,7%**

R$ 5.129 da oferta dentro de R$ 45.321 de receita dos produtos vendidos no e-commerce nos 10 dias.

A leitura útil aqui é de sortimento: se o que mais vende na loja durante a ação não é o que a ação anuncia, a próxima lista de oferta tem espaço pra ficar mais perto da demanda real.

Instagram Orgânico

Stories, conteúdos e postagens do perfil no período da campanha.

INSTAGRAM ORGÂNICO

OS STORIES MAIS VISTOS

TOP 6 · MAIS VISTOS
RETENÇÃO DA AUDIÊNCIA



83% RETENÇÃO

2,9k VIEWS | 2,3k ALCANCE



94% RETENÇÃO

2,8k VIEWS | 2,1k ALCANCE



94% RETENÇÃO

2,8k VIEWS | 2,1k ALCANCE



96% RETENÇÃO

2,7k VIEWS | 2,1k ALCANCE



89% RETENÇÃO

2,6k VIEWS | 2,0k ALCANCE



76% RETENÇÃO

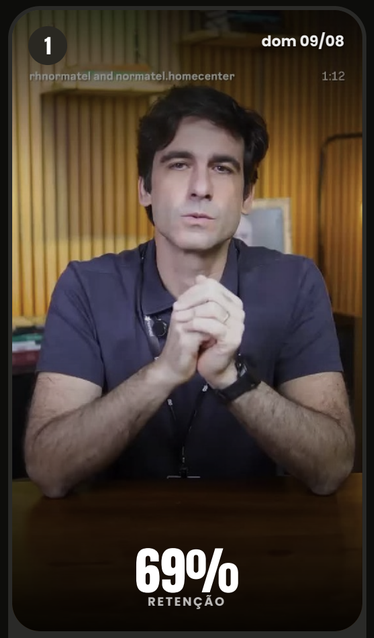
2,4k VIEWS | 1,9k ALCANCE

INSTAGRAM ORGÂNICO

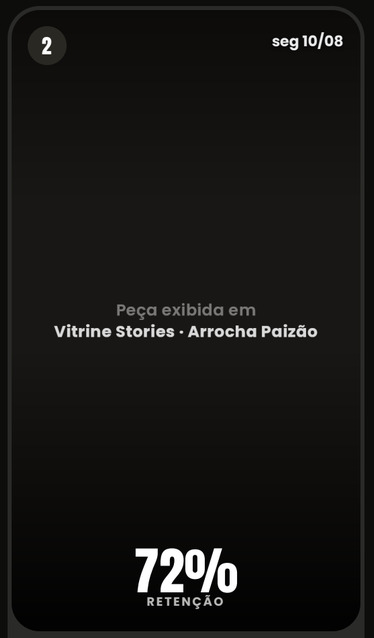
OS STORIES QUE MENOS SEGURARAM

6 · MENOR RETENÇÃO

DIA DA SEMANA + MÉTRICAS · SEM REPETIR OS MELHORES



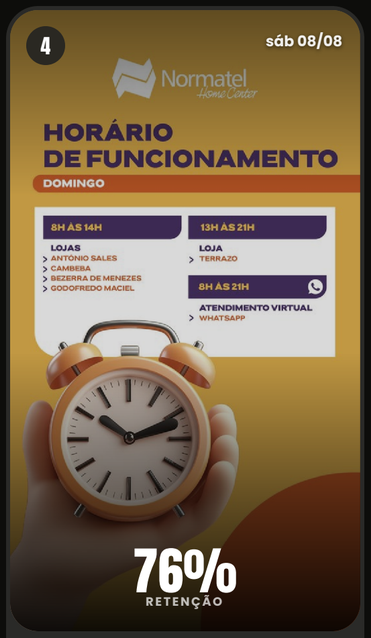
1,4k VIEWS | 1,1k ALCANCE | 15 INTER.



2,0k VIEWS | 1,7k ALCANCE | 5 INTER.



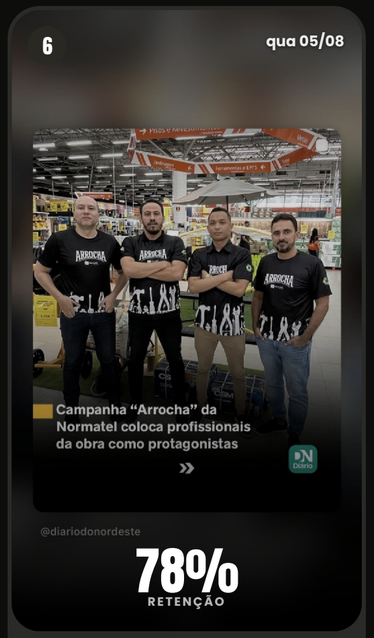
1,7k VIEWS | 1,4k ALCANCE | 6 INTER.



1,6k VIEWS | 1,3k ALCANCE | 4 INTER.



2,3k VIEWS | 1,9k ALCANCE | 22 INTER.



2,4k VIEWS | 1,9k ALCANCE | 10 INTER.

CANAIS NESTA TELA · Perfil no Instagram

INSTAGRAM ORGÂNICO

CONTEÚDOS CAMPEÕES

TOP 10 POSTS
POR ENGAJAMENTO

1



No #GaragemRenovada, a gente mostra como a Kärcher...

11 ago

569 ENGAJAMENTO

186 CUR · 101 COM · 259 CMP · 2 SAV

2



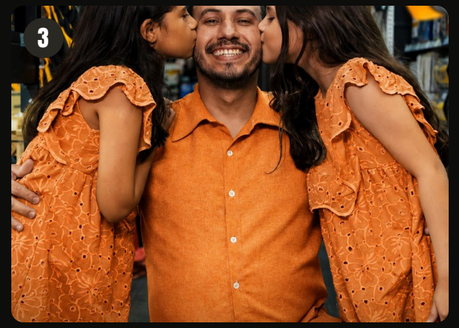
O #ArrochaNormatel já começou com tudo! Essa é...

3 ago

371 ENGAJAMENTO

310 CUR · 13 COM · 34 CMP · 4 SAV

3



O tempo passa, mas os ensinamentos, o cuidado e os...

9 ago

215 ENGAJAMENTO

187 CUR · 16 COM · 8 CMP · 0 SAV

4

Peça exibida em
Arrocha Paizão | Ferramentas e Máquinas · Arrocha Paizão

O melhor preço do ano já cantou! É hora de...

3 ago

180 ENGAJAMENTO

109 CUR · 31 COM · 24 CMP · 3 SAV

5

Peça exibida em
Piores Anúncios · Arrocha Paizão

Sistema de instalação para piso vinílico faz tod...

6 ago

149 ENGAJAMENTO

80 CUR · 36 COM · 22 CMP · 7 SAV

6



Pensando em renovar suas ferramentas? Então vem pro...

4 ago

127 ENGAJAMENTO

91 CUR · 4 COM · 27 CMP · 2 SAV

7



É só esse fds! #Arrocha no presente do paizão com...

7 ago

109 ENGAJAMENTO

75 CUR · 2 COM · 30 CMP · 0 SAV

8



#DicaDaNorma | Chave de impacto a bateria 🔧 Se o...

10 ago

75 ENGAJAMENTO

54 CUR · 3 COM · 12 CMP · 2 SAV

9



A hora de renovar suas ferramentas é agora! 🔥 ...

5 ago

67 ENGAJAMENTO

43 CUR · 0 COM · 20 CMP · 1 SAV

10



Ferramenta boa faz diferença em qualquer serviço. 💪 ...

6 ago

64 ENGAJAMENTO

36 CUR · 0 COM · 19 CMP · 6 SAV

CANAIS NESTA TELA · Perfil no Instagram

INSTAGRAM ORGÂNICO

POSTAGENS EM COLLAB

2 DE 22 PUBLICAÇÕES
9,1% DO CONTEÚDO DO PERÍODO

Cada post em collab alcançou em média **1,23×** o alcance de um post sem parceria.

POR PUBLICAÇÃO	COM COLLAB	SEM COLLAB	DIFERENÇA
Alcance médio	3.127	2.546	↑ 22,8%
Visualizações médias	4.402	4.155	↑ 5,9%
Interações médias	359	85	↑ 322,4%
Taxa de engajamento	11,48%	3,35%	↑ 242,7%

PARCEIROS DO PERÍODO

@garagemdaeletrica.br	3.329	ALC. MÉDIO	1 post
@viniciuscastro_eng	2.925	ALC. MÉDIO	1 post

CONVITES NÃO ACEITOS · 1 — 1 publicação marcaram um parceiro que não aceitou o convite (). Sem o aceite o post não sai no perfil dele, não ganha o alcance da parceria e entra na conta como publicação sem collab.

Amostra pequena: 2 publicaçãoões em collab no período, leitura ainda indicativa.

AS PUBLICAÇÕES EM COLLAB DO PERÍODO



11 ago · Reels
3.329 ALCANCE
569 INTERAÇÕES



6 ago · Reels
2.925 ALCANCE
149 INTERAÇÕES

CANAIS NESTA TELA · Perfil no Instagram

INSTAGRAM ORGÂNICO

CONTEÚDOS QUE MENOS PERFORMARAM

10 POSTS
MENOR ENGAJAMENTO · SEM REPETIR OS CAMPEÕES

1



É só esse fds! #Arrocha no presente do paizão...

7 ago

26 ENGAJAMENTO

21 CUR **1** COM **3** CMP **1** SAV

2

Peça exibida em
Piores Anúncios · Arrocha Paizão

Presentes para o Dia dos Pais com ofertas especiais...

7 ago

33 ENGAJAMENTO

25 CUR **1** COM **4** CMP **0** SAV

3



Arrocha e vem renovar suas ferramentas. 🔥⚒️ O Jogo...

6 ago

33 ENGAJAMENTO

23 CUR **4** COM **2** CMP **2** SAV

4



Jogo de ferramentas Vonder com preço especial de...

8 ago

34 ENGAJAMENTO

30 CUR **0** COM **2** CMP **0** SAV

5



Neste sábado, 15/08, feriado de Nossa Senhora d...

12 ago

37 ENGAJAMENTO

31 CUR **1** COM **4** CMP **1** SAV

6



Kit de Ferramentas Bosch V-Line com 41 peças em...

10 ago

39 ENGAJAMENTO

32 CUR **0** COM **3** CMP **1** SAV

7

Peça exibida em
Piores Stories · Arrocha Paizão

Furadeira e parafusadeira Bosch GSB 183-LI em...

10 ago

39 ENGAJAMENTO

30 CUR **0** COM **5** CMP **2** SAV

8



Seja para equipar a oficina, acelerar a obra ou...

9 ago

41 ENGAJAMENTO

35 CUR **0** COM **2** CMP **2** SAV

9



Furadeira de Impacto Bosch GSB 450 RE com kit...

7 ago

46 ENGAJAMENTO

36 CUR **3** COM **6** CMP **0** SAV

10

Peça exibida em
Piores Anúncios · Arrocha Paizão

Ferramentas e máquinas em oferta no...

6 ago

49 ENGAJAMENTO

40 CUR **0** COM **2** CMP **1** SAV

RANKING POR MÉTRICA

Os posts que ficaram entre os seis primeiros em alcance, curtidas, comentários, compartilhamentos ou salvamentos na janela da campanha.
O número pequeno é a posição do post em cada ranking.

POST	ALCANCE	CURTIDAS	COMENTÁRIOS	COMPARTILHAMENTOS	SALVAMENTOS
O #ArrochaNormatel já começou com tudo! Essa é... 2026-08-03 · reels	**7.238** 1º	**310** 1º	13 5º	34 2º	4 3º
No #GaragemRenovada, a gente mostra como a Kär... 2026-08-11 · reels	3.329 5º	186 3º	**101** 1º	**259** 1º	2 6º
Sistema de instalação para piso vinílico faz t... 2026-08-06 · reels	2.925	80 6º	36 2º	22 6º	**7** 1º
#DicaDaNorma | Chave de impacto a bateria Se... 2026-08-10 · carrossel	4.105 2º	54	3	12	2
Ferramenta boa faz diferença em qualquer servi... 2026-08-06 · reels	3.085 6º	36	0	19	6 2º
O tempo passa, mas os ensinamentos, o cuidado ... 2026-08-09 · carrossel	2.745	187 2º	16 4º	8	0
Pensando em renovar suas ferramentas? Então ve... 2026-08-04 · carrossel	3.770 3º	91 5º	4	27 4º	2

FONTE · Instagram, @normatel.homecenter · as imagens destes posts estão na tela Conteúdos Campeões

Meta Pago

Entrega, eficiência e os anúncios que rodaram na campanha.

O QUE RODOU, E O QUE ERA DA AÇÃO

Tudo que estava no ar na janela da campanha, em três camadas: o que falava do produto da ação, o resto do varejo que rodou junto e a venda corporativa.

Mídia da oferta

O anúncio que fala do produto da ação.

IMPRESSÕES	CLIQUES NO LINK	CTR	CAMPANHAS
54.251	472	1,3%	4

NRMT- 640 - WPP - FEED - AGOSTO - FORTALEZA —...	22.475
NRMT- 640 - WPP - FEED - AGOSTO - FORTALEZA —...	21.884
NRMT- 701 - SITE - DARK - AGOSTO - 07 - 12 |...	7.129
NRMT- 640 - WPP - FEED - AGOSTO - FORTALEZA...	2.763

Mídia de marca no período

O resto do varejo no ar na janela: seguidor, institucional, parceiros e outras ofertas.

IMPRESSÕES	CLIQUES NO LINK	CTR	CAMPANHAS
331.128	3.918	1,4%	15

NRMT- 700 - SEGUIDOR - FEED - AGOSTO	JULHO...	92.990
NRMT- 700 - SEGUIDOR - FEED - AGOSTO - JUAZEIRO — O...	65.104
NRMT- 700 - SEGUIDOR - FEED - AGOSTO - FORTALEZA — O...	60.924
NRMT- 640 - WPP - FEED - AGOSTO - FORTALEZA — A HORA...	22.615
NRMT- 640 - WPP - FEED - AGOSTO - FORTALEZA — Chegou...	19.470
NRMT- 640 - WPP - FEED - AGOSTO - FORTALEZA — CHEGOU A...	17.917
NRMT- 640 - WPP - FEED - AGOSTO - FORTALEZA — Arroch...	16.561

+ 8 outras

B2B always-on

Venda corporativa. Fora da leitura de varejo.

IMPRESSÕES	CLIQUES NO LINK	CTR	CAMPANHAS
79.432	660	1,8%	2

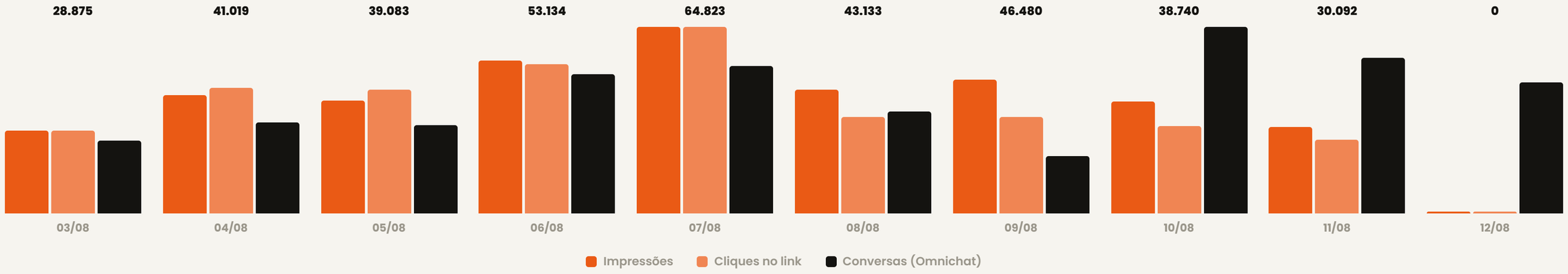
NRMT- 640 - GDC - FEED — B2B (VENDA CORP) — JUZEIRO	44.863
NRMT - GDC - FEED — B2B (VENDA CORP) - FORTALEZA	34.569

A camada sai do nome da campanha no Meta.

META ADS

Entrega e eficiência da mídia paga no Instagram e Facebook no período da campanha.

IMPRESSÕES	ALCANCE	CLIQUES NO LINK	CTR	CAMPANHAS NO AR	CONVERSAS NO PERÍODO
385.379	269.164	4.390	1,4%	19	1.871
38.538 por dia	frequência 1,4×	439 por dia	cliques ÷ impressões	da ação, no período	Omnichat, todos os canais



CANAIS NESTA TELA · Anúncios no Meta

MÍDIA PAGA · META ADS

ANÚNCIOS COM MAIS ENTREGA

TOP 10 ANÚNCIOS
MAIS IMPRESSÕES NO PERÍODO · ARTE REPETIDA VEM MARCADA

1

Peça exibida em
Arrocha Paizão | Ferramentas e Máquinas · Arrocha Paizão

O melhor preço do ano já cantou - AGOSTO

TRÁFEGO

1.643	1.637	1,3%
CLIQUES	NO LINK	CTR

2



VINICIUS + EMBRAMACO

TRÁFEGO

1.373	1.315	1,5%
CLIQUES	NO LINK	CTR

3



O #ArrochaNormatel já começou com tudo

TRÁFEGO

464	250	2,3%
CLIQUES	NO LINK	CTR

4

Peça exibida em
Campeões · Arrocha Paizão

FERRAMENTA BOA - 12/08

TRÁFEGO

261	168	1,2%
CLIQUES	NO LINK	CTR

5

Peça exibida em
Campeões · Arrocha Paizão

A HORA DE RENOVAR - 12/08

TRÁFEGO

281	164	1,2%
CLIQUES	NO LINK	CTR

6

Peça exibida em
Campeões · Arrocha Paizão

É HORA DE ARROCHAR - 12/08

TRÁFEGO

287	157	1,3%
CLIQUES	NO LINK	CTR

7

PRÉVIA INDISPONÍVEL

a plataforma não devolveu a imagem deste criativo

SITE - CUPOM - DARK - 1 - 16 | AGOSTO

TRÁFEGO

148	137	1,9%
CLIQUES	NO LINK	CTR

8



SITE - FERRAMENTAS E MÁQUINAS - DARK - 1 - 12 | AGOSTO

TRÁFEGO

137	131	1,9%
CLIQUES	NO LINK	CTR

9

Peça exibida em
Piores Conteúdos · Arrocha Paizão

Arrocha e vem renovar - 12/08

TRÁFEGO

208	124	1,3%
CLIQUES	NO LINK	CTR

10

Peça exibida em
Piores Anúncios · Arrocha Paizão

CHEGOU A OPORTUNIDADE - 12 / 08

TRÁFEGO

257	118	1,4%
CLIQUES	NO LINK	CTR

MÍDIA PAGA · META ADS

ANÚNCIOS QUE MENOS PERFORMARAM

5 ANÚNCIOS
MENOR CTR · SEM REPETIR OS MELHORES

1



Ferramentas e máquinas em oferta - 12/08

TRÁFEGO

26	16	0,9%
CLIQUES	NO LINK	CTR

2

Mesma peça de outro item **desta tela**

É hora de arrochar! - 12/08

TRÁFEGO

26	18	1%
CLIQUES	NO LINK	CTR

3



Chegou a oportunidade - 12/08

TRÁFEGO

229	90	1,2%
CLIQUES	NO LINK	CTR

4

PRÉVIA INDISPONÍVEL

a plataforma não devolveu a imagem deste criativo

ABERTURA - 3

TRÁFEGO

42	40	1,4%
CLIQUES	NO LINK	CTR

5



Rejuntamix - AGOSTO

TRÁFEGO

53	25	2,4%
CLIQUES	NO LINK	CTR

O QUE ESSES NÚMEROS DIZEM

Leitura derivada dos dados do próprio painel: cada afirmação abaixo sai de um número que está nos slides anteriores.

01 A maior parte da lista não saiu

6 dos 15 produtos anunciados (40%) tiveram ao menos uma venda no e-commerce durante a ação. Os outros 9 fecharam o período em zero.

02 A receita da oferta depende de um produto

Carrinho de Mão Extraforte Metálico 65 Litros Cinz... sozinho respondeu por 51% do que a oferta faturou (R$ 2.609 de R$ 5.129). Tirando ele, a ação fica R$ 2.520.

03 O peso da ação dentro da loja

A oferta respondeu por 11,3% da receita do e-commerce nos 10 dias da ação. Os outros 88,7% vieram de produtos que não estavam na lista.

04 Quanto da mídia era da ação

14,1% da entrega de varejo no período veio de campanha da oferta (54.251 impressões) e 85,9% de mídia de marca (331.128). O painel mantém os dois separados.

05 A lista saiu do zero

Nenhum dos 15 produtos da oferta vendeu uma unidade nos 10 dias anteriores à ação, enquanto a loja vendia R$ 23.834 em outros produtos (soma da venda por item). Durante a campanha eles fizeram R$ 5.129: o giro apareceu na janela da ação.

06 Contexto da ação

Não houve comunicação da campanha no site: a ação foi anunciada só na mídia.

Coincidir no tempo não prova causa: a venda do período é o que a loja fez enquanto a campanha rodava, não o que o anúncio gerou. Onde falta base para comparar, o painel diz que falta em vez de arredondar.

CANAIS NESTA TELA · WhatsApp e Direct · E-commerce · Anúncios no Meta · Perfil no Instagram · Fora: lojas físicas

CAMPANHA · LIQUIDAÇÃO

FORTALEZA LÍQUIDA

28/08 a 06/09/2026 · 10 dias

VISUALIZAÇÕES	ALCANCE TOTAL	CLIQUES NO LINK
146.379	223.740	2.113
CONVERSAS	**OFERTA VENDIDA**	**RECEITA DA OFERTA**
1.583	1/8	R$ 89,90



O PERÍODO EM NÚMEROS

Fortaleza Líquida · 28/08 a 06/09/2026. Orgânico e mídia paga do Instagram somados na janela da campanha.

VISUALIZAÇÕES

146.379

posts e stories somados

ALCANCE TOTAL

223.740

39.937 orgânico + 183.803 de mídia

INTERAÇÕES

1.104

803 em posts · 301 em stories

SEGUIDORES

138.929

base ao fim do período

CLIQUES NO LINK

2.113

211 por dia

CONVERSAS WHATSAPP

1.583

abertas no Omnichat no período

O QUE A OFERTA FEZ NO E-COMMERCE · OPERAÇÃO NO PERÍODO, NÃO VENDA ATRIBUÍDA AO ANÚNCIO

PRODUTOS DA OFERTA QUE VENDERAM

1 de 8

7 sem uma unidade vendida

UNIDADES VENDIDAS

1

somadas na janela da campanha

RECEITA DA OFERTA

R$ 89,90

0,4% da receita do e-commerce

Conversas vêm do Omnichat (todas as abertas no período, todos os canais), não da atribuição do anúncio. Alcance de mídia soma toda a mídia de varejo no ar na janela; o recorte do que era da ação está no slide de camadas.

WHATSAPP E E-COMMERCE, LADO A LADO

Fortaleza Líquida, de 28/08 a 06/09, contra os 10 dias antes (18/08 a 27/08), em cada canal digital. Nada aqui é venda atribuída ao anúncio.

WHATSAPP E DIRECT

atendimento no Omnichat e anúncios do Meta

CONVERSAS NO ATENDIMENTO — ▼ -14,9%

1.583

WhatsApp 1.516 (96%) · Direct 67

VENDAS EFETIVADAS — ▼ -40,6%

38

2,4% das conversas; antes, 64 (3,4%)

CONVERSAS ABERTAS POR ANÚNCIO — ▼ -9,1%

501

todos os anúncios de varejo do Meta na janela, que levam ao WhatsApp

INVESTIMENTO EM ANÚNCIOS DE VAREJO — ▲ +31,0%

R$ 6.738

Meta, sem a Venda Corporativa; antes, R$ 5.146

E-COMMERCE

loja online, pelo Google Analytics 4

RECEITA DE COMPRAS — ▼ -32,1%

R$ 23.547

antes, R$ 34.670

PEDIDOS — ▼ -48,0%

52

pedidos únicos; antes, 100

TICKET MÉDIO — ▲ +30,6%

R$ 453

antes, R$ 347

SESSÕES NO SITE — ▼ -34,1%

22.420

antes, 34.007

FORA DESTA CONTA A venda das onze lojas físicas e o valor vendido pelo WhatsApp: o atendimento registra a venda como motivo de fechamento, sem o valor do pedido.

FONTE · Omnichat, conversas e motivo de fechamento, dia de Fortaleza · Meta Ads, anúncios de varejo, sem a Venda Corporativa · Google Analytics 4, receita de compras, pedidos únicos e sessões

A AÇÃO MOVIMENTOU A CATEGORIA?

Venda por item no site e conversas abertas pelos anúncios, por categoria da loja, de 28/08 a 06/09 contra os 10 dias antes. Em destaque, as categorias dos 8 produtos da oferta.

CATEGORIA DA LOJA	PRODUTOS DA OFERTA	SITE: VENDA POR ITEM	VS ANTES	ANÚNCIOS: CONVERSAS	VS ANTES
Tintas e Acessórios categoria da oferta	3	**R$ 2.973**	▲ +352,9%	**196**	▲ +1125,0%
Pisos e Revestimentos categoria da oferta	2	**R$ 1.738**	▼ -62,6%	**26**	▼ -42,2%
Ferramentas e EPI categoria da oferta	1	**R$ 8.034**	▼ -9,2%	**19**	▼ -94,7%
Banheiro categoria da oferta	1	**R$ 2.466**	▼ -42,4%	**9**	▼ -57,1%
Material Básico	nenhum	**R$ 3.920**	▼ -5,7%	nenhuma	▼ -100,0%
Outras 7 categorias	nenhum	R$ 3.424	▼ -67,6%	97	▲ +340,9%
Anúncio de várias categorias ou sem produto		não se aplica		154	▲ +79,1%

Tintas e Acessórios: R$ 2.973 no site contra R$ 656 nos dias antes; os anúncios da categoria abriram 196 conversas (antes, 16), de 501 de todos os anúncios de varejo.

Nas outras telas do painel, "pela oferta" conta só os anúncios dos produtos da lista da campanha: 84 conversas. Aqui entra todo anúncio que mostra produto da categoria.

R$ 225 da venda por item são de produtos sem categoria no cadastro da loja.

FONTE · Google Analytics 4, venda por item, com a categoria de cada produto no cadastro da loja normatel.com.br · Meta Ads, conversas iniciadas por anúncio, com a categoria lida do texto do anúncio e do post

A Oferta

Os produtos anunciados na campanha e o que cada um vendeu no e-commerce.

O QUE A OFERTA VENDEU

7 produtos da lâmina da ação (8 códigos no e-commerce). Cada quadrado é um produto anunciado: cheio, saiu do estoque no período; vazio, não vendeu uma unidade.

PRODUTOS QUE VENDERAM
1 de 8
7 não venderam uma unidade

UNIDADES VENDIDAS
1
saiu do zero · não vendia nos dias anteriores

RECEITA DA OFERTA
R$ 89,90
contra R$ 0,00 nos 10 dias anteriores

PESO NA LOJA
0,4%
da receita dos produtos vendidos no período

TICKET DA OFERTA
R$ 89,90
receita ÷ unidades

RECEITA DA LOJA
R$ 23.547
52 SKUs diferentes venderam



12%

da lista de oferta girou no e-commerce durante a campanha.

A lista saiu da lâmina da ação, enviada no grupo em 28/08. No site, a vitrine da Fortaleza Líquida teve 130 visualizações na janela. A ação não teve cupom próprio.

Venda de e-commerce cruzada produto a produto pelo SKU (o **itemId** do GA4 é o mesmo código da lista de oferta), sem casar por nome. É **operação no período**: mede o giro da oferta enquanto a campanha rodava, não venda atribuída ao anúncio. Comparação = os 10 dias imediatamente anteriores (18/08 a 27/08).

OS PRODUTOS QUE GIRARAM

1 dos 8 produtos da oferta tiveram venda no e-commerce durante a campanha, somando R$ 89,90.

#	SKU	PRODUTO	UNIDADES	RECEITA	VS ANTERIOR
1	47611003	Tinta HPlus 15 L Branco Neve Hidracor	1	R$ 89,90	de 0 → 1

O QUE NÃO SAIU

7 produtos da oferta (88% da lista) não venderam uma única unidade no e-commerce durante a campanha.

64651	Cerâmica 60x60 Carrara Statuario Brilhante...
72514	Cerâmica 60x60 Cinza Imperial Tipo A Pointer
58549	Ducha Moment 4 Temperaturas 4400W 220V Branco...
	Massa Corrida 25 kg Coral
53101	
77503	Serra Mármore 1200W 4.3/8" 220V Tramontina
47611002	Tinta HPlus 15 L Branco Gelo Hidracor
68690	Ventilador Turbo Eco Coluna 40 cm Wap

Produto sem venda não é necessariamente produto ruim: pode não ter aparecido no anúncio, não ter página pronta, estar sem estoque ou sem preço competitivo. A lista serve pra escolher, na próxima ação, o que entra e o que sai.

A OFERTA E O RESTO DA LOJA

Enquanto a campanha rodava, estes foram os produtos mais vendidos no e-commerce que não estavam na lista da ação.

#	PRODUTO FORA DA OFERTA	UNIDADES	RECEITA
1	Compactador de Percussão TTR80ZM TE40ZX-XP Preto Toyama	1	R$ 7.000
2	Ducha Futura Blindada 220V/7500W Lorenzetti	11	R$ 2.200
3	Telha Plan Cer 1980x880 Precon	28	R$ 1.957
4	Telha PVC Translúcida Ondalev 244X50cm Fortlev	16	R$ 1.054
5	REVESTIMENTO KREA ROSE BRANCO BOLD 10X40CM CAIXA 0,78M²...	15	R$ 1.053
6	Massa Corrida PVA 25kg Fortex	15	R$ 825
7	Luminária Hermética Slim IP65 Led 36W 6500K Branco Glight	6	R$ 647
8	Porta Veneziana Direita 3833 210x60cm Branca Líder	1	R$ 615
9	Caixa D'Água Polietileno 250 Litros Fortlev	2	R$ 540
10	Protetor de Piso 25x1m Salva Piso Bege/Pardo Salvabras	3	R$ 480

COMPOSIÇÃO DA RECEITA NO PERÍODO

Oferta da campanha · 0,4% **Resto da loja · 99,6%**

R$ 89,90 da oferta dentro de R$ 22.779 de receita dos produtos vendidos no e-commerce nos 10 dias.

A leitura útil aqui é de sortimento: se o que mais vende na loja durante a ação não é o que a ação anuncia, a próxima lista de oferta tem espaço pra ficar mais perto da demanda real.

Instagram Orgânico

Stories, conteúdos e postagens do perfil no período da campanha.

CANAIS NESTA TELA · Perfil no Instagram

INSTAGRAM ORGÂNICO

OS STORIES MAIS VISTOS

TOP 6 · MAIS VISTOS
RETENÇÃO DA AUDIÊNCIA

1 · 01/09



77% RETENÇÃO

2,2k VIEWS | 1,7k ALCANCE

2 · 01/09



81% RETENÇÃO

2,2k VIEWS | 1,7k ALCANCE

3 · 06/09

Peça exibida em
Piores Stories · Arrocha Paizão

73% RETENÇÃO

1,9k VIEWS | 1,6k ALCANCE

4 · 31/08

Peça exibida em
Vitrine Stories · Arrocha Paizão

85% RETENÇÃO

1,9k VIEWS | 1,6k ALCANCE

5 · 31/08



91% RETENÇÃO

1,8k VIEWS | 1,5k ALCANCE

6 · 31/08



76% RETENÇÃO

1,8k VIEWS | 1,4k ALCANCE

CANAIS NESTA TELA · Perfil no Instagram

INSTAGRAM ORGÂNICO

OS STORIES QUE MENOS SEGURARAM

6 · MENOR RETENÇÃO

DIA DA SEMANA + MÉTRICAS · SEM REPETIR OS MELHORES

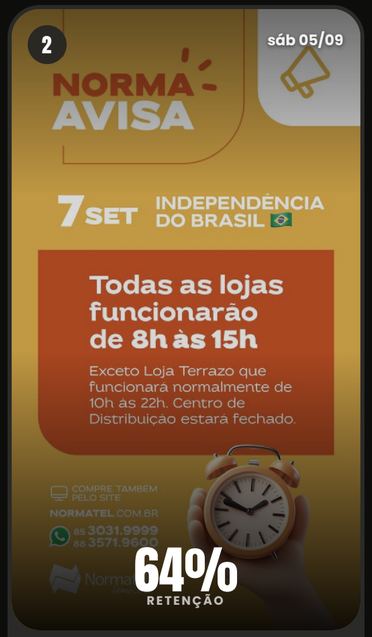
1 · qui 03/09

Peça exibida em
Vitrine Stories · Arrocha Paizão

59%
RETENÇÃO

1,5k VIEWS | 1,2k ALCANCE | 2 INTER.

2 · sáb 05/09



64%
RETENÇÃO

1,5k VIEWS | 1,2k ALCANCE | 4 INTER.

3 · dom 06/09

Mesma peça de outro item
desta tela

65%
RETENÇÃO

1,4k VIEWS | 1,1k ALCANCE | 5 INTER.

4 · seg 31/08

Peça exibida em
Piores Conteúdos · Fortaleza Líquida

65%
RETENÇÃO

1,8k VIEWS | 1,5k ALCANCE | 5 INTER.

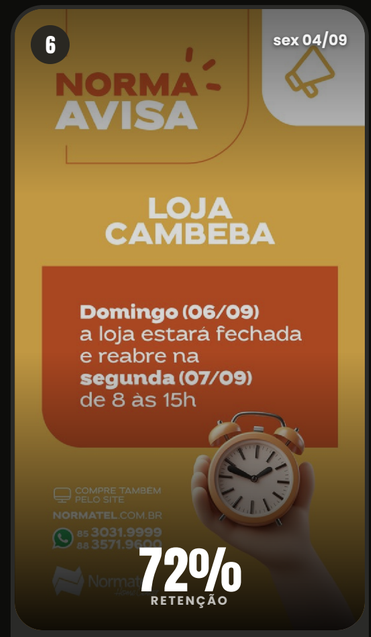
5 · qui 03/09

Peça exibida em
Fortaleza Líquida · Fortaleza Líquida

70%
RETENÇÃO

1,6k VIEWS | 1,4k ALCANCE | 7 INTER.

6 · sex 04/09



72%
RETENÇÃO

1,5k VIEWS | 1,3k ALCANCE | 3 INTER.

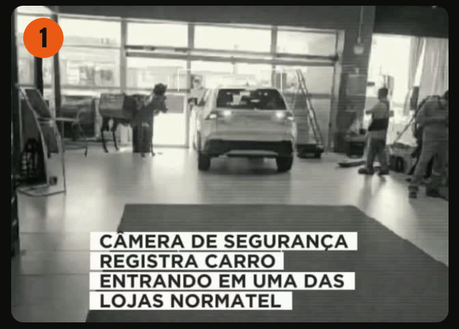
CANAIS NESTA TELA · Perfil no Instagram

INSTAGRAM ORGÂNICO

CONTEÚDOS CAMPEÕES

TOP 10 POSTS
POR ENGAJAMENTO

1



Suas compras na Normatel podem colocar um carro...

2 set

239 ENGAJAMENTO

199 CUR · 3 COM · 23 CMP · 7 SAV

2

Peça exibida em
Iluminatel · Iluminatel

Mais agilidade e controle pra quem trabalha com...

29 ago

86 ENGAJAMENTO

64 CUR · 5 COM · 10 CMP · 0 SAV

3



Ofertas pra encher o porta-malas e ainda concorrer...

28 ago

72 ENGAJAMENTO

51 CUR · 0 COM · 14 CMP · 5 SAV

4



Vem aí, o melhor preço do ano em iluminação. 💡...

6 set

58 ENGAJAMENTO

49 CUR · 3 COM · 1 CMP · 0 SAV

5



Mais tranquilidade para acompanhar sua casa de onde...

30 ago

58 ENGAJAMENTO

46 CUR · 7 COM · 1 CMP · 2 SAV

6



Ventilador WAP Turbo Eco Coluna 40 cm em...

1 set

55 ENGAJAMENTO

48 CUR · 0 COM · 6 CMP · 0 SAV

7

Peça exibida em
Fortaleza Líquida · Fortaleza Líquida

Vai reformar ou construir? A tinta HPlus 15L...

3 set

54 ENGAJAMENTO

31 CUR · 3 COM · 19 CMP · 1 SAV

8



Vem aí, o melhor preço do ano em iluminação. 08/09...

5 set

45 ENGAJAMENTO

36 CUR · 0 COM · 5 CMP · 0 SAV

9



Já escolheu qual levar? Vem aí, melhor preço do...

6 set

33 ENGAJAMENTO

25 CUR · 1 COM · 3 CMP · 1 SAV

10



Aproveite a última semana do Liquida Fortaleza e...

1 set

28 ENGAJAMENTO

23 CUR · 2 COM · 1 CMP · 1 SAV

CANAIS NESTA TELA · Perfil no Instagram

INSTAGRAM ORGÂNICO

POSTAGENS EM COLLAB

2 DE 14 PUBLICAÇÕES
14,3% DO CONTEÚDO DO PERÍODO

Cada post em collab alcançou em média **7,23×** o alcance de um post sem parceria.

POR PUBLICAÇÃO	COM COLLAB	SEM COLLAB	DIFERENÇA
Alcance médio	10.910	1.510	↑ 622,5%
Visualizações médias	17.063	2.235	↑ 663,4%
Interações médias	162	40	↑ 305%
Taxa de engajamento	1,49%	2,64%	↓ 43,6%

CONVITES NÃO ACEITOS · 1 1 publicação marcaram um parceiro que não aceitou o convite (). Sem o aceite o post não sai no perfil dele, não ganha o alcance da parceria e entra na conta como publicação sem collab.

Amostra pequena: 2 publicaçãoões em collab no período, leitura ainda indicativa.

PARCEIROS DO PERÍODO

@cdlfortaleza	20.329	ALC. MÉDIO	1 post
@garagemdaeletrica.br	1.491	ALC. MÉDIO	1 post

AS PUBLICAÇÕES EM COLLAB DO PERÍODO



2 set · Reels
20.329 ALCANCE 239 INTERAÇÕES



29 ago · Reels
1.491 ALCANCE 86 INTERAÇÕES

CANAIS NESTA TELA · Perfil no Instagram

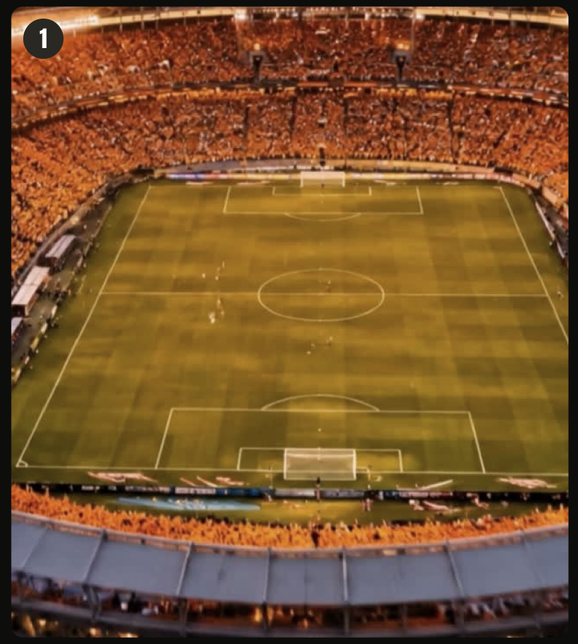
INSTAGRAM ORGÂNICO

CONTEÚDOS QUE MENOS PERFORMARAM

4 POSTS

MENOR ENGAJAMENTO · SEM REPETIR OS CAMPEÕES

1



A Seleção Normatel entrou em campo com ofertas pr...

4 set

10 ENGAJAMENTO

8 CUR **0** COM **0** CMP **0** SAV

2

Mesma peça de outro item
desta tela

Ofertas em campo! ⚽ Porcelanato, argamass...

6 set

11 ENGAJAMENTO

10 CUR **0** COM **1** CMP **0** SAV

3



Fortaleza Liquida chegou à Normatel com preços...

3 set

26 ENGAJAMENTO

22 CUR **0** COM **2** CMP **1** SAV

4



Chega de gambiarra! 😅 Prendedor de embalagem...

31 ago

28 ENGAJAMENTO

24 CUR **0** COM **1** CMP **1** SAV

RANKING POR MÉTRICA

Os posts que ficaram entre os seis primeiros em alcance, curtidas, comentários, compartilhamentos ou salvamentos na janela da campanha.
O número pequeno é a posição do post em cada ranking.

POST	ALCANCE	CURTIDAS	COMENTÁRIOS	COMPARTILHAMENTOS	SALVAMENTOS
Suas compras na Normatel podem colocar um carr… 2026-09-02 · reels	**20.329** 1º	**199** 1º	3 5º	**23** 1º	**7** 1º
Mais tranquilidade para acompanhar sua casa de… 2026-08-30 · reels	1.114	46 6º	**7** 1º	1	2 3º
Vai reformar ou construir? A tinta HPlus 15L … 2026-09-03 · reels	2.963 2º	31	3 4º	19 2º	1 6º
Ofertas pra encher o porta-malas e ainda conco… 2026-08-28 · carrossel	1.928 5º	51 3º	0	14 3º	5 2º
Mais agilidade e controle pra quem trabalha co… 2026-08-29 · reels	1.491 6º	64 2º	5 2º	10 4º	0
Fortaleza Liquida chegou à Normatel com preços… 2026-09-03 · reels	2.507 3º	22	0	2	1 5º
Vem aí, o melhor preço do ano em iluminação. … 2026-09-06 · reels	884	49 4º	3 3º	1	0

FONTE · Instagram, @normatel.homecenter · as imagens destes posts estão na tela Conteúdos Campeões

Meta Pago

Entrega, eficiência e os anúncios que rodaram na campanha.

O QUE RODOU, E O QUE ERA DA AÇÃO

Tudo que estava no ar na janela da campanha, em três camadas: o que falava do produto da ação, o resto do varejo que rodou junto e a venda corporativa.

Mídia da oferta

O anúncio que fala do produto da ação.

IMPRESSÕES	CLIQUES NO LINK	CTR	CAMPANHAS
56.721	395	1,4%	2

NRMT- 701 - WPP - FEED - SETEMBRO - FORTALEZA...	35.235
NRMT- 701 - WPP - FEED - JUAZEIRO - —Fortalez...	21.486

Mídia de marca no período

O resto do varejo no ar na janela: seguidor, institucional, parceiros e outras ofertas.

IMPRESSÕES	CLIQUES NO LINK	CTR	CAMPANHAS
246.545	1.718	1,0%	23

NRMT- 701 - WPP - FEED - SETEMBRO - FORTALEZA —Vai...	58.973
NRMT- 701 - WPP - FEED - SETEMBRO - FORTALEZA...	26.153
NRMT- 801 - WPP - DARK - SETEMBRO - 01 = 06.09 |...	23.193
NRMT- 801 - WPP - DARK - SETEMBRO -01 = 06.09	(PDD)...	19.989
NRMT- 801 - WPP - DARK - SETEMBRO - 01 = 06.09	(Rui...	14.650
NRMT- 801 - WPP - DARK - SETEMBRO - 01 = 06.09 |...	14.414
NRMT- 701 - WPP - FEED - SETEMBRO - FORTALEZA — Cheg...	12.009

+ 16 outras

B2B always-on

Venda corporativa. Fora da leitura de varejo.

IMPRESSÕES	CLIQUES NO LINK	CTR	CAMPANHAS
78.038	573	1,4%	2

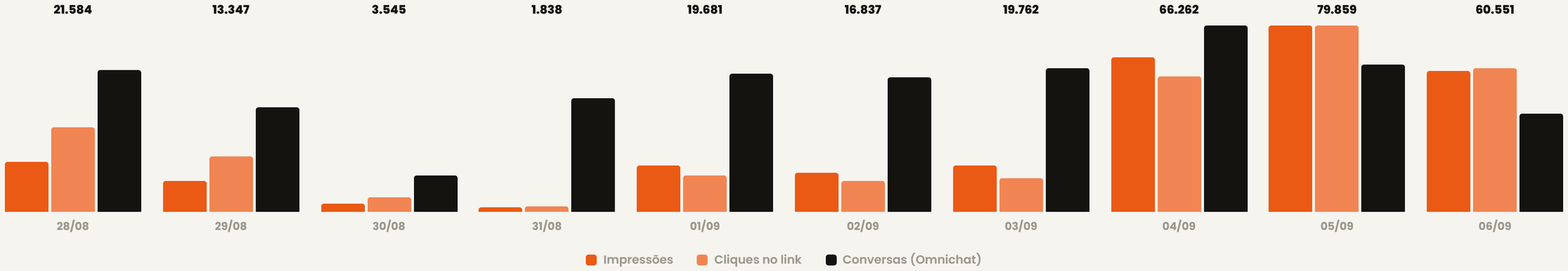
NRMT- 640 - GDC - FEED — B2B (VENDA CORP) — JUZEIRO	42.144
NRMT - GDC - FEED — B2B (VENDA CORP) - FORTALEZA	35.894

A camada sai do nome da campanha no Meta.

META ADS

Entrega e eficiência da mídia paga no Instagram e Facebook no período da campanha.

IMPRESSÕES	ALCANCE	CLIQUES NO LINK	CTR	CAMPANHAS NO AR	CONVERSAS NO PERÍODO
303.266	**183.803**	**2.113**	**1,1%**	**25**	**1.583**
30.327 por dia	frequência 1,6×	211 por dia	cliques ÷ impressões	da ação, no período	Omnichat, todos os canais



MÍDIA PAGA · META ADS

ANÚNCIOS COM MAIS ENTREGA

TOP 10 ANÚNCIOS
MAIS IMPRESSÕES NO PERÍODO · ARTE REPETIDA VEM MARCADA

1

Peça exibida em
Fortaleza Líquida · Fortaleza Líquida

Vai reformar ou construir? - 06 DE SETEMBRO

TRÁFEGO

661	409	1,1%
CLIQUES	NO LINK	CTR

2

Peça exibida em
Piores Conteúdos · Fortaleza Líquida

Fortaleza Liquida - 06 DE SETEMBRO

TRÁFEGO

763	395	1,4%
CLIQUES	NO LINK	CTR

3

Peça exibida em
Fortaleza Líquida · Fortaleza Líquida

Ventilador WAP Turbo Eco Coluna 40 cm em promoção! - 06 DE SETEMBRO

TRÁFEGO

286	164	1,1%
CLIQUES	NO LINK	CTR

4



Mau cheiro vindo da pia nem sempre

TRÁFEGO

167	156	3,9%
CLIQUES	NO LINK	CTR

5

Peça exibida em
Campeões · Fortaleza Líquida

Mais tranquilidade para acompanhar sua casa de onde estiver

TRÁFEGO

195	151	1,1%
CLIQUES	NO LINK	CTR

6



Gree + Tati Malta

TRÁFEGO

171	124	1,6%
CLIQUES	NO LINK	CTR

7

Peça exibida em
Vitrine Stories · Fortaleza Líquida

Eusébio - 01 = 06.09

TRÁFEGO

141	111	0,7%
CLIQUES	NO LINK	CTR

8

Peça exibida em
Vitrine Stories · Fortaleza Líquida

PDD - 01 = 06.09

TRÁFEGO

155	102	0,8%
CLIQUES	NO LINK	CTR

9



Aqui é assim, você pergunta pelo revestimento31/08.

TRÁFEGO

147	98	1,3%
CLIQUES	NO LINK	CTR

10

Peça exibida em
Fortaleza Líquida · Fortaleza Líquida

Chega de gambiarra! 😅

TRÁFEGO

109	61	0,9%
CLIQUES	NO LINK	CTR

CANAIS NESTA TELA · Anúncios no Meta

MÍDIA PAGA · META ADS

ANÚNCIOS QUE MENOS PERFORMARAM

10 ANÚNCIOS
MENOR CTR · SEM REPETIR OS MELHORES

1



BEZERRA -01 = 06.09

TRÁFEGO

7	7	0,3%
CLIQUES	NO LINK	CTR

2

Peça exibida em
Vitrine Stories · Fortaleza Líquida

MARAPONGA - 01 = 06.09

TRÁFEGO

25	17	0,3%
CLIQUES	NO LINK	CTR

3

Peça exibida em
Fortaleza Líquida · Fortaleza Líquida

BEZERRA - 01 = 06.09

TRÁFEGO

50	36	0,4%
CLIQUES	NO LINK	CTR

4

Peça exibida em
Vitrine Stories · Fortaleza Líquida

Rui Barbosa - 01 = 06.09

TRÁFEGO

60	43	0,4%
CLIQUES	NO LINK	CTR

5

Mesma peça de outro item
desta tela

Eusébio -01 = 06.09

TRÁFEGO

17	13	0,7%
CLIQUES	NO LINK	CTR

6

Peça exibida em
Piores Conteúdos · Fortaleza Líquida

A Seleção Normatel entrou em campo com ofertas pra sua obra ⚽🔥

TRÁFEGO

71	45	1,0%
CLIQUES	NO LINK	CTR

7



Entrou na Normatel só pra dar uma olhadinha?- 17 - 31

TRÁFEGO

69	54	1,0%
CLIQUES	NO LINK	CTR

8



Ventilador com controle

TRÁFEGO

84	60	1,4%
CLIQUES	NO LINK	CTR

9



Ofertas Qualiz com validade até dia 31/08.

TRÁFEGO

72	36	1,8%
CLIQUES	NO LINK	CTR

10



TRAMONTINA - 18 - 28

TRÁFEGO

27	14	1,9%
CLIQUES	NO LINK	CTR

O QUE ESSES NÚMEROS DIZEM

Leitura derivada dos dados do próprio painel: cada afirmação abaixo sai de um número que está nos slides anteriores.

01 A maior parte da lista não saiu

1 dos 8 produtos anunciados (12%) tiveram ao menos uma venda no e-commerce durante a ação. Os outros 7 fecharam o período em zero.

02 O peso da ação dentro da loja

A oferta respondeu por 0,4% da receita do e-commerce nos 10 dias da ação. Os outros 99,6% vieram de produtos que não estavam na lista.

03 Quanto da mídia era da ação

18,7% da entrega de varejo no período veio de campanha da oferta (56.721 impressões) e 81,3% de mídia de marca (246.545). O painel mantém os dois separados.

04 Contra os dias anteriores

Nenhum dos 8 produtos da oferta vendeu nos 10 dias anteriores à ação. Durante a campanha, 1 unidade, R$ 89,90.

05 Contexto da ação

A lista saiu da lâmina da ação, enviada no grupo em 28/08. No site, a vitrine da Fortaleza Líquida teve 130 visualizações na janela. A ação não teve cupom próprio.

Coincidir no tempo não prova causa: a venda do período é o que a loja fez enquanto a campanha rodava, não o que o anúncio gerou. Onde falta base para comparar, o painel diz que falta em vez de arredondar.

CANAIS NESTA TELA | WhatsApp e Direct | E-commerce | Anúncios no Meta | Perfil no Instagram | Fora: lojas físicas

CAMPANHA · ILUMINAÇÃO

ILUMINATEL

08 a 17/09/2026 · 10 dias



VISUALIZAÇÕES	ALCANCE TOTAL	CLIQUES NO LINK
215.508	264.511	1.772
CONVERSAS	**OFERTA VENDIDA**	**RECEITA DA OFERTA**
1.700	1/17	R$ 50,00

O PERÍODO EM NÚMEROS

Iluminatel · 08 a 17/09/2026. Orgânico e mídia paga do Instagram somados na janela da campanha.

VISUALIZAÇÕES

215.508

posts e stories somados

ALCANCE TOTAL

264.511

49.664 orgânico + 214.847 de mídia

INTERAÇÕES

2.224

1.712 em posts · 512 em stories

SEGUIDORES

139.339

base ao fim do período

CLIQUES NO LINK

1.772

177 por dia

CONVERSAS WHATSAPP

1.700

abertas no Omnichat no período

O QUE A OFERTA FEZ NO E-COMMERCE · OPERAÇÃO NO PERÍODO, NÃO VENDA ATRIBUÍDA AO ANÚNCIO

PRODUTOS DA OFERTA QUE VENDERAM

1 de 17

16 sem uma unidade vendida

UNIDADES VENDIDAS

20

somadas na janela da campanha

RECEITA DA OFERTA

R$ 50,00

0,2% da receita do e-commerce

Conversas vêm do Omnichat (todas as abertas no período, todos os canais), não da atribuição do anúncio. Alcance de mídia soma toda a mídia de varejo no ar na janela; o recorte do que era da ação está no slide de camadas.

WHATSAPP E E-COMMERCE, LADO A LADO

Iluminatel, de 08/09 a 17/09, contra os 10 dias antes (29/08 a 07/09), em cada canal digital. Nada aqui é venda atribuída ao anúncio.

WHATSAPP E DIRECT

atendimento no Omnichat e anúncios do Meta

CONVERSAS NO ATENDIMENTO ▲ +14,2%

1.700

WhatsApp 1.627 (96%) · Direct 73

VENDAS EFETIVADAS ▲ +14,3%

40

2,4% das conversas; antes, 35 (2,4%)

CONVERSAS ABERTAS POR ANÚNCIO ▲ +11,1%

559

todos os anúncios de varejo do Meta na janela, que levam ao WhatsApp

INVESTIMENTO EM ANÚNCIOS DE VAREJO ▲ +5,8%

R$ 7.103

Meta, sem a Venda Corporativa; antes, R$ 6.712

E-COMMERCE

loja online, pelo Google Analytics 4

RECEITA DE COMPRAS ▲ +5,7%

R$ 23.721

antes, R$ 22.435

PEDIDOS ▲ +31,1%

59

pedidos únicos; antes, 45

TICKET MÉDIO ▼ -19,4%

R$ 402

antes, R$ 499

SESSÕES NO SITE ▲ +25,9%

25.943

antes, 20.601

FORA DESTA CONTA A venda das onze lojas físicas e o valor vendido pelo WhatsApp: o atendimento registra a venda como motivo de fechamento, sem o valor do pedido.

FONTE · Omnichat, conversas e motivo de fechamento, dia de Fortaleza · Meta Ads, anúncios de varejo, sem a Venda Corporativa · Google Analytics 4, receita de compras, pedidos únicos e sessões

A AÇÃO MOVIMENTOU A CATEGORIA?

Venda por item no site e conversas abertas pelos anúncios, por categoria da loja, de 08/09 a 17/09 contra os 10 dias antes. Em destaque, as categorias dos 17 produtos da oferta.

CATEGORIA DA LOJA	PRODUTOS DA OFERTA	SITE: VENDA POR ITEM	VS ANTES	ANÚNCIOS: CONVERSAS	VS ANTES
Iluminação categoria da oferta	17	**R$ 804**	▲ +6,5%	**402**	sem base antes
Banheiro	nenhum	**R$ 6.166**	▲ +150,1%	nenhuma	▼ -100,0%
Pisos e Revestimentos	nenhum	**R$ 5.036**	▲ +189,8%	nenhuma	▼ -100,0%
Tintas e Acessórios	nenhum	**R$ 2.495**	▼ -3,0%	**5**	▼ -97,6%
Hidráulica	nenhum	**R$ 2.428**	▲ +257,2%	nenhuma	sem movimento
Outras 7 categorias	nenhum	R$ 6.108	▼ -54,6%	150	▲ +17,2%
Anúncio de várias categorias ou sem produto		não se aplica		2	▼ -98,6%

Iluminação: R$ 804 no site contra R$ 755 nos dias antes; os anúncios da categoria abriram 402 conversas (antes, 0), de 559 de todos os anúncios de varejo.

Nas outras telas do painel, "pela oferta" conta só os anúncios dos produtos da lista da campanha: 399 conversas. Aqui entra todo anúncio que mostra produto da categoria.

FONTE · Google Analytics 4, venda por item, com a categoria de cada produto no cadastro da loja normatel.com.br · Meta Ads, conversas iniciadas por anúncio, com a categoria lida do texto do anúncio e do post

A Oferta

Os produtos anunciados na campanha e o que cada um vendeu no e-commerce.

O QUE A OFERTA VENDEU

17 produtos em oferta no e-commerce. Cada quadrado é um produto anunciado: cheio, saiu do estoque no período; vazio, não vendeu uma unidade.

PRODUTOS QUE VENDERAM
1 de 17
16 não venderam uma unidade

UNIDADES VENDIDAS
20
saiu do zero · não vendia nos dias anteriores

RECEITA DA OFERTA
R$ 50,00
contra R$ 0,00 nos 10 dias anteriores

PESO NA LOJA
0,2%
da receita dos produtos vendidos no período

TICKET DA OFERTA
R$ 2,50
receita ÷ unidades

RECEITA DA LOJA
R$ 23.721
60 SKUs diferentes venderam



6%

da lista de oferta girou no e-commerce durante a campanha.

O Facebook só entrou às 17h de 13/09.

Venda de e-commerce cruzada produto a produto pelo SKU (o **itemId** do GA4 é o mesmo código da lista de oferta), sem casar por nome. É **operação no período**: mede o giro da oferta enquanto a campanha rodava, não venda atribuída ao anúncio. Comparação = os 10 dias imediatamente anteriores (29/08 a 07/09).

OS PRODUTOS QUE GIRARAM

1 dos 17 produtos da oferta tiveram venda no e-commerce durante a campanha, somando R$ 50,00.

#	SKU	PRODUTO	UNIDADES	RECEITA	VS ANTERIOR
1	56034001	Lâmpada LED CLA60 9W 806lm Bivolt E27 6500K Ledvance	20	R$ 50,00	de 0 → 20

O QUE NÃO SAIU

16 produtos da oferta (94% da lista) não venderam uma única unidade no e-commerce durante a campanha.

51531	Calha LED 36W/865 Bella 100-240V Ledvance
65467	Espeto Play LED IP65 5W 3000K Preto Blumenau
68503	Kit Trilho UP 3 Spots LED 15W 3000K Branco...
68502	Kit Trilho UP 3 Spots LED 15W 3000K Preto...
68506	Kit Trilho UP 3 Spots LED 15W 6500K Branco...
68504	Kit Trilho UP 3 Spots LED 15W 6500K Preto...
58856	Luminária Emergência Autônoma LEA 31 Intelbras
66093	Lâmpada High LED TKL 110 20W 6500K E27...
59674	Painel LED 18W LYS Quadrado Sobrepor 3000K...
59832	Painel LED 18W LYS Quadrado Sobrepor 4000K...
59675	Painel LED 18W LYS Quadrado Sobrepor 6500K...
59676	Painel LED 24W LYS Quadrado Sobrepor 3000K...
59677	Painel LED 24W LYS Quadrado Sobrepor 4000K...
59678	Painel LED 24W LYS Quadrado Sobrepor 6500K...
72373	Pendente LED NTL-018 35cm 7W 3000K Nitrolux
47958	Refletor TR LED 50W Slim Preto 6500K Taschibra

Produto sem venda não é necessariamente produto ruim: pode não ter aparecido no anúncio, não ter página pronta, estar sem estoque ou sem preço competitivo. A lista serve pra escolher, na próxima ação, o que entra e o que sai.

A OFERTA E O RESTO DA LOJA

Enquanto a campanha rodava, estes foram os produtos mais vendidos no e-commerce que não estavam na lista da ação.

#	PRODUTO FORA DA OFERTA	UNIDADES	RECEITA
1	Ventilador de Mesa e Parede Flow Turbo 220V Preto Wap	15	R$ 1.935
2	Porcelanato 90x90cm Tipo A Golden Beige Lux Polido Esmaltado...	8	R$ 1.909
3	Ducha Futura Blindada 220V/7500W Lorenzetti	9	R$ 1.800
4	Chuveiro 1990 C.CT Redondo de Parede com Tubo Acqua Plus...	2	R$ 1.700
5	Revestimento 30x60 Web Black Mate Retificado 2,28 Pointer	14	R$ 1.436
6	Kit Completo Bacia Com Caixa 3/6 Litros Roma Branco	1	R$ 1.300
7	Tinta Rende Muito 20 Litros Branco Coral	4	R$ 1.200
8	Caixa D'Água Polietileno 1.000 Litros Fortlev	2	R$ 1.000
9	Revestimento 37X59 Arl Nord Gray Tipo A 2,43 Ariele	21	R$ 965
10	Argamassa Colamix ACII 15kg Rejuntamix	40	R$ 756

COMPOSIÇÃO DA RECEITA NO PERÍODO

Oferta da campanha · 0,2% **Resto da loja · 99,8%**

R$ 50,00 da oferta dentro de R$ 23.037 de receita dos produtos vendidos no e-commerce nos 10 dias.

A leitura útil aqui é de sortimento: se o que mais vende na loja durante a ação não é o que a ação anuncia, a próxima lista de oferta tem espaço pra ficar mais perto da demanda real.

Instagram Orgânico

Stories, conteúdos e postagens do perfil no período da campanha.

CANAIS NESTA TELA · Perfil no Instagram

INSTAGRAM ORGÂNICO

OS STORIES MAIS VISTOS

TOP 6 · MAIS VISTOS
RETENÇÃO DA AUDIÊNCIA



2,1k VIEWS | 1,7k ALCANCE



2,1k VIEWS | 1,5k ALCANCE



2,1k VIEWS | 1,5k ALCANCE



2,0k VIEWS | 1,5k ALCANCE



2,0k VIEWS | 1,5k ALCANCE



2,0k VIEWS | 1,6k ALCANCE

CANAIS NESTA TELA · Perfil no Instagram

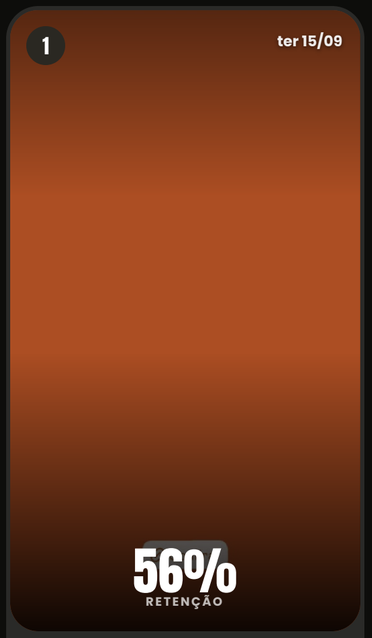
INSTAGRAM ORGÂNICO

OS STORIES QUE MENOS SEGURARAM

6 · MENOR RETENÇÃO

DIA DA SEMANA + MÉTRICAS · SEM REPETIR OS MELHORES

1 · ter 15/09



56% RETENÇÃO

1,6k VIEWS | 1,3k ALCANCE | 5 INTER.

2 · sáb 12/09

Peça exibida em
Piores Stories · Arrocha Paizão

67% RETENÇÃO

1,3k VIEWS | 1,0k ALCANCE | 0 INTER.

3 · qui 17/09

Peça exibida em
Vitrine Stories · Arrocha Paizão

71% RETENÇÃO

422 VIEWS | 370 ALCANCE | 1 INTER.

4 · qua 16/09



71% RETENÇÃO

1,6k VIEWS | 1,2k ALCANCE | 2 INTER.

5 · ter 08/09



74% RETENÇÃO

1,3k VIEWS | 1,1k ALCANCE | 4 INTER.

6 · ter 15/09

Peça exibida em
Vitrine Stories · Arrocha Paizão

74% RETENÇÃO

1,5k VIEWS | 1,3k ALCANCE | 1 INTER.

INSTAGRAM ORGÂNICO

CONTEÚDOS CAMPEÕES

TOP 10 POSTS
POR ENGAJAMENTO

1



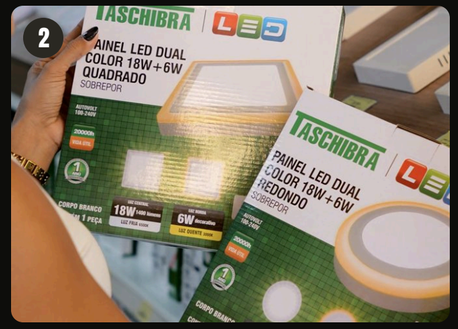
Se a trend é voltar aos anos 80, a Normatel tem...

9 set

317 ENGAJAMENTO

286 CUR 11 COM 8 CMP 3 SAV

2



Mais praticidade pra iluminar o closet do seu...

11 set

174 ENGAJAMENTO

126 CUR 20 COM 12 CMP 10 SAV

3



Nosso obrigado vem todo especial para os clientes...

15 set

126 ENGAJAMENTO

113 CUR 2 COM 8 CMP 1 SAV

4



Uma iluminação pra cada momento 💡 O Painel LED...

10 set

114 ENGAJAMENTO

71 CUR 25 COM 14 CMP 2 SAV

5



Sua parede renovada em instantes ✨ A Hidracor...

17 set

112 ENGAJAMENTO

78 CUR 26 COM 7 CMP 0 SAV

6



Na Iluminatel tem a iluminação certa pr...

9 set

104 ENGAJAMENTO

69 CUR 0 COM 28 CMP 6 SAV

7



Iluminação bonita e sem forro de gesso? Sim...

12 set

95 ENGAJAMENTO

67 CUR 10 COM 10 CMP 5 SAV

8

Peça exibida em
Vitrine Stories · Iluminatel

Ainda dá tempo de aproveitar a Iluminatel! 💡 Tem...

14 set

92 ENGAJAMENTO

78 CUR 4 COM 7 CMP 0 SAV

9



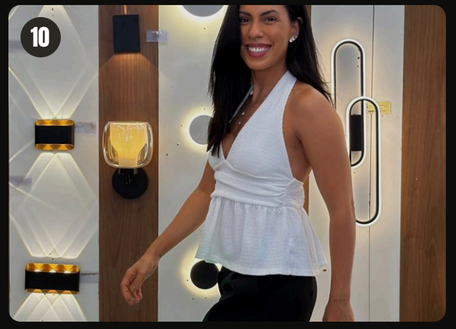
Lâmpada de filamento também é decoração. Quer ver...

16 set

75 ENGAJAMENTO

56 CUR 1 COM 6 CMP 7 SAV

10



Uma arandela pode mudar completamente a atmosfer...

14 set

72 ENGAJAMENTO

49 CUR 1 COM 14 CMP 5 SAV

CANAIS NESTA TELA · Perfil no Instagram

INSTAGRAM ORGÂNICO

POSTAGENS EM COLLAB

6 DE 26 PUBLICAÇÕES
23,1% DO CONTEÚDO DO PERÍODO

Cada post em collab alcançou em média **2,26×** o alcance de um post sem parceria. A taxa de engajamento fica menor porque a parceria entrega o conteúdo a um público novo, que curte e comenta proporcionalmente menos que a base do perfil.

POR PUBLICAÇÃO	COM COLLAB	SEM COLLAB	DIFERENÇA
Alcance médio	3.342	1.480	↑ 125,8%
Visualizações médias	4.691	2.480	↑ 89,2%
Interações médias	107	54	↑ 98,1%
Taxa de engajamento	3,20%	3,61%	↓ 11,4%

PARCEIROS DO PERÍODO

@milavintage	3.601,5	ALC. MÉDIO	2 posts
@tatimaltta	3.261,7	ALC. MÉDIO	3 posts
@viniciuscastro_eng	3.067	ALC. MÉDIO	1 post

AS PUBLICAÇÕES EM COLLAB DO PERÍODO

COLLAB

Peça exibida em
Campeões · Iluminatel

11 set · Reels
3.764 ALCANCE · 174 INTERAÇÕES

COLLAB

Peça exibida em
Campeões · Iluminatel

10 set · Reels
3.067 ALCANCE · 114 INTERAÇÕES

COLLAB

Peça exibida em
Campeões · Iluminatel

17 set · Reels
3.439 ALCANCE · 112 INTERAÇÕES

COLLAB

Peça exibida em
Campeões · Iluminatel

12 set · Reels
3.840 ALCANCE · 95 INTERAÇÕES

COLLAB

Peça exibida em
Campeões · Iluminatel

16 set · Reels
2.285 ALCANCE · 75 INTERAÇÕES

COLLAB

Peça exibida em
Campeões · Iluminatel

14 set · Reels
3.660 ALCANCE · 72 INTERAÇÕES

CANAIS NESTA TELA · Perfil no Instagram

INSTAGRAM ORGÂNICO

CONTEÚDOS QUE MENOS PERFORMARAM

10 POSTS

MENOR ENGAJAMENTO · SEM REPETIR OS CAMPEÕES



Elegância para transformar seus ambientes ✨ O...

15 set

13 ENGAJAMENTO

12 CUR 0 COM 0 CMP 0 SAV



Opção de iluminação com praticidade para seus...

15 set

14 ENGAJAMENTO

12 CUR 0 COM 0 CMP 1 SAV



Mais potência para iluminar seus espaços! O...

13 set

15 ENGAJAMENTO

10 CUR 1 COM 2 CMP 1 SAV



Iluminatel com oferta pra deixar seu jardim aind...

12 set

17 ENGAJAMENTO

14 CUR 1 COM 0 CMP 0 SAV

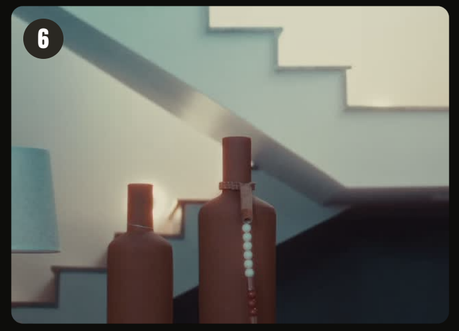


O melhor preço do ano é na Normatel! 💡 Lâmpada LED...

12 set

17 ENGAJAMENTO

12 CUR 0 COM 3 CMP 1 SAV



A Iluminatel chegou com ofertas pra deixar sua cas...

11 set

17 ENGAJAMENTO

15 CUR 0 COM 1 CMP 0 SAV

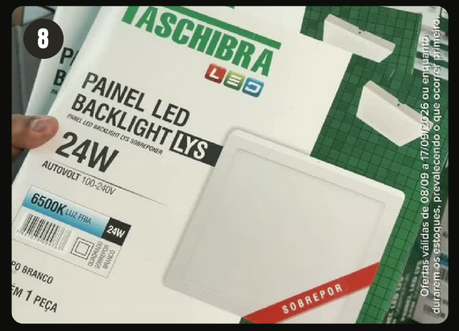


Pendente LED NTL-018 Nitrolux: iluminação que...

14 set

19 ENGAJAMENTO

15 CUR 0 COM 1 CMP 1 SAV



Iluminatel com o melhor preço do ano em iluminação...

13 set

20 ENGAJAMENTO

15 CUR 0 COM 3 CMP 1 SAV



Iluminação com estilo e praticidade 💡✨ O Kit...

14 set

23 ENGAJAMENTO

15 CUR 1 COM 6 CMP 0 SAV



Iluminação com potência e economia 💡 A Lâmpad...

14 set

25 ENGAJAMENTO

20 CUR 1 COM 3 CMP 0 SAV

RANKING POR MÉTRICA

Os posts que ficaram entre os seis primeiros em alcance, curtidas, comentários, compartilhamentos ou salvamentos na janela da campanha.
O número pequeno é a posição do post em cada ranking.

POST	ALCANCE	CURTIDAS	COMENTÁRIOS	COMPARTILHAMENTOS	SALVAMENTOS
Se a trend é voltar aos anos 80, a Normatel te... 2026-09-09 · foto	**4.219** 1º	**286** 1º	11 4º	8	3
Mais praticidade pra iluminar o closet do seu ... 2026-09-11 · reels	3.764 3º	126 2º	20 3º	12 5º	**10** 1º
Sua parede renovada em instantes A Hidracor ... 2026-09-17 · reels	3.439 5º	78 4º	**26** 1º	7	0
Na Iluminatel tem a iluminação certa pra trans... 2026-09-09 · carrossel	2.827	69	0	**28** 1º	6 3º
Iluminação bonita e sem forro de gesso? Sim! ... 2026-09-12 · reels	3.840 2º	67	10 5º	10 6º	5 6º
Uma iluminação pra cada momento O Painel LED... 2026-09-10 · reels	3.067 6º	71 6º	25 2º	14 4º	2
Lâmpada de filamento também é decoração. Quer ... 2026-09-16 · reels	2.285	56	1	6	7 2º

FONTE · Instagram, @normatel.homecenter · as imagens destes posts estão na tela Conteúdos Campeões

Meta Pago

Entrega, eficiência e os anúncios que rodaram na campanha.

O QUE RODOU, E O QUE ERA DA AÇÃO

Tudo que estava no ar na janela da campanha, em três camadas: o que falava do produto da ação, o resto do varejo que rodou junto e a venda corporativa.

Mídia da oferta

O anúncio que fala do produto da ação.

IMPRESSÕES	CLIQUES NO LINK	CTR	CAMPANHAS
218.806	1.411	1,1%	32

NRMT- 701 - WPP - FEED - SETEMBRO - JUAZEIRO —...	12.828
NRMT- 701 - WPP - FEED - SETEMBRO - FORTALEZA —...	12.127
NRMT- 701 - WPP - FEED - SETEMBRO - JUAZEIRO —...	11.883
NRMT- 801 - WPP - DARK - SETEMBRO - 01 = 17.09 |...	10.816
NRMT- 701 - WPP - FEED - SETEMBRO - FORTALEZA —...	10.643
NRMT- 701 - WPP - FEED - SETEMBRO - JUAZEIRO — Painel...	10.502
NRMT- 701 - WPP - FEED - SETEMBRO - JUAZEIRO —...	10.022

+ 25 outras

Mídia de marca no período

O resto do varejo no ar na janela: seguidor, institucional, parceiros e outras ofertas.

IMPRESSÕES	CLIQUES NO LINK	CTR	CAMPANHAS
60.491	361	1,0%	10

NRMT- INTELBRAS - WPP - DARK - SETEMBRO - 17 - 19...	20.136
PARCEIRO + NRMT- 701 - WPP - FEED - SETEMBRO...	15.955
NRMT- 701 - WPP - FEED - SETEMBRO - FORTALEZA — Mais...	11.175
NRMT- 701 - WPP - FEED - SETEMBRO - FORTALEZA —...	9.071
(Parceiro Tais Lopes) NRMT- 701 - WPP - FEED -17.09...	2.173
NRMT- 701 - WPP - FEED - SETEMBRO - FORTALEZA — Cheg...	1.981
NRMT- 701 - WPP - FEED - SETEMBRO - FORTALEZA...	0

+ 3 outras

B2B always-on

Venda corporativa. Fora da leitura de varejo.

IMPRESSÕES	CLIQUES NO LINK	CTR	CAMPANHAS
52.981	418	1,6%	2

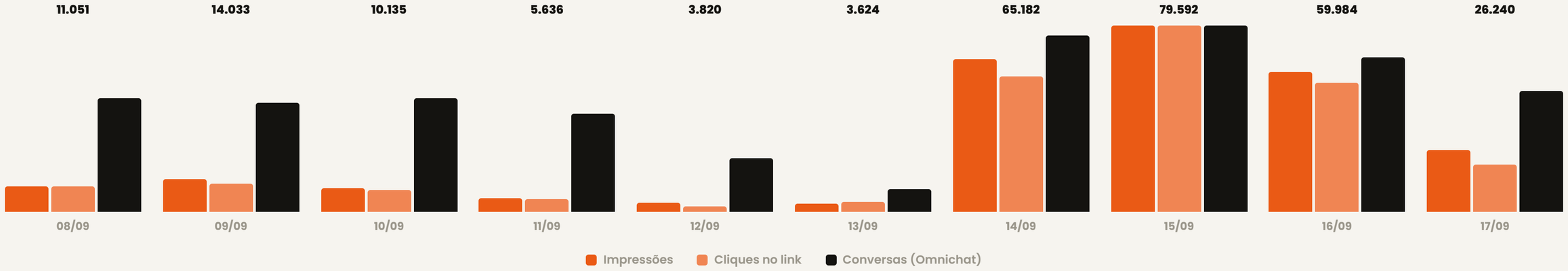
NRMT- 640 - GDC - FEED — B2B (VENDA CORP) — JUZEIRO	29.220
NRMT - GDC - FEED — B2B (VENDA CORP) - FORTALEZA	23.761

A camada sai do nome da campanha no Meta.

META ADS

Entrega e eficiência da mídia paga no Instagram e Facebook no período da campanha.

IMPRESSÕES	ALCANCE	CLIQUES NO LINK	CTR	CAMPANHAS NO AR	CONVERSAS NO PERÍODO
279.297	**214.847**	**1.772**	**1,1%**	**42**	**1.700**
27.930 por dia	frequência 1,3×	177 por dia	cliques ÷ impressões	da ação, no período	Omnichat, todos os canais



MÍDIA PAGA · META ADS

ANÚNCIOS COM MAIS ENTREGA

TOP 10 ANÚNCIOS
MAIS IMPRESSÕES NO PERÍODO · ARTE REPETIDA VEM MARCADA

1

Peça exibida em
Iluminatel · Iluminatel

Mais tranquilidade para acompanhar sua casa de onde estiver

TRÁFEGO

266	158	1,0%
CLIQUES	NO LINK	CTR

2

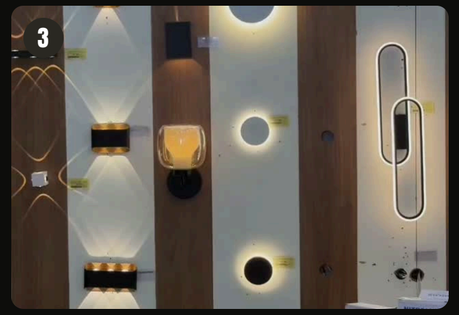


Luminária de Emergência

TRÁFEGO

249	156	1,3%
CLIQUES	NO LINK	CTR

3



Uma arandela pode mudar completamente a atmosfera do ambiente

TRÁFEGO

223	139	1,7%
CLIQUES	NO LINK	CTR

4



Painéis LED de sobrepor multitemperatura

TRÁFEGO

205	120	1,9%
CLIQUES	NO LINK	CTR

5

Peça exibida em
Piores Conteúdos · Iluminatel

Painel LED Sobrepor 24W

TRÁFEGO

245	119	1,0%
CLIQUES	NO LINK	CTR

6



milavintage - Iluminatel

TRÁFEGO

143	113	1,2%
CLIQUES	NO LINK	CTR

7

Peça exibida em
Piores Conteúdos · Iluminatel

Refletor LED 50W

TRÁFEGO

188	105	0,8%
CLIQUES	NO LINK	CTR

8



INTELBRAS - WPP - DARK - SETEMBRO - 17 - 19 | (ANT SALES) - FORTALEZA

TRÁFEGO

150	100	0,7%
CLIQUES	NO LINK	CTR

9

Peça exibida em
Piores Conteúdos · Iluminatel

Lâmpada LED 9W Ledvance por apenas R$ 2,50. Aproveite de 08 a 17/09 ou enquanto durarem os estoques.

TRÁFEGO

152	92	0,9%
CLIQUES	NO LINK	CTR

10

Peça exibida em
Piores Conteúdos · Iluminatel

GERAL - 01 = 17.09

TRÁFEGO

162	88	1,0%
CLIQUES	NO LINK	CTR

CANAIS NESTA TELA · Anúncios no Meta

MÍDIA PAGA · META ADS

ANÚNCIOS QUE MENOS PERFORMARAM

10 ANÚNCIOS

MENOR CTR · SEM REPETIR OS MELHORES

1



GERAL - 01 = 7.09

TRÁFEGO

2	1	0,3%
CLIQUES	NO LINK	CTR

2

PRÉVIA INDISPONÍVEL

a plataforma não devolveu a imagem deste criativo

MOTION - 01 = 17.09

TRÁFEGO

13	10	0,4%
CLIQUES	NO LINK	CTR

3

Peça exibida em
Piores Conteúdos · Iluminatel

Iluminatel com oferta pra deixar seu jardim ainda mais aconchegante!

TRÁFEGO

120	74	0,8%
CLIQUES	NO LINK	CTR

4



Painel LED 18W Taschibra por apenas R$ 17,90.

TRÁFEGO

189	87	0,9%
CLIQUES	NO LINK	CTR

5

Peça exibida em
Piores Conteúdos · Iluminatel

O Pendente LED Nitrolux

TRÁFEGO

74	27	1,0%
CLIQUES	NO LINK	CTR

6

Peça exibida em
Fortaleza Líquida · Fortaleza Líquida

Chega de gambiarra! 😅

TRÁFEGO

20	9	1,0%
CLIQUES	NO LINK	CTR

7

Peça exibida em
Piores Conteúdos · Iluminatel

Chegou a Iluminatel! 💡

TRÁFEGO

26	16	1,1%
CLIQUES	NO LINK	CTR

8

Peça exibida em
Piores Conteúdos · Iluminatel

Começou Hoje!! Iluminação - 17.09

TRÁFEGO

53	27	1,1%
CLIQUES	NO LINK	CTR

9



Tais Lopes - Quem trabalha com imagem sabe: uma boa iluminação faz toda a diferença. E em casa não é diferente

TRÁFEGO

24	12	1,1%
CLIQUES	NO LINK	CTR

10

Peça exibida em
Piores Conteúdos · Iluminatel

A Iluminatel chegou com ofertas pra deixar sua casa ainda mais linda! 💡

TRÁFEGO

111	76	1,1%
CLIQUES	NO LINK	CTR

O QUE ESSES NÚMEROS DIZEM

Leitura derivada dos dados do próprio painel: cada afirmação abaixo sai de um número que está nos slides anteriores.

01 A maior parte da lista não saiu

1 dos 17 produtos anunciados (6%) tiveram ao menos uma venda no e-commerce durante a ação. Os outros 16 fecharam o período em zero.

02 O peso da ação dentro da loja

A oferta respondeu por 0,2% da receita do e-commerce nos 10 dias da ação. Os outros 99,8% vieram de produtos que não estavam na lista.

03 Quanto da mídia era da ação

78,3% da entrega de varejo no período veio de campanha da oferta (218.806 impressões) e 21,7% de mídia de marca (60.491). O painel mantém os dois separados.

04 Contra os dias anteriores

Nenhum dos 17 produtos da oferta vendeu nos 10 dias anteriores à ação. Durante a campanha, 20 unidades, R$ 50,00.

05 Contexto da ação

O Facebook só entrou às 17h de 13/09.

Coincidir no tempo não prova causa: a venda do período é o que a loja fez enquanto a campanha rodava, não o que o anúncio gerou. Onde falta base para comparar, o painel diz que falta em vez de arredondar.

CAMPANHA × CAMPANHA

O que cada ação entregou de alcance, o que a lista de oferta vendeu e como as duas se comparam por dia.

ALCANCE E ENGAJAMENTO NO PERÍODO	Super Semana da Casa 02 a 12/07/2026 · 11d	Arrocha Paizão 03 a 12/08/2026 · 10d	Fortaleza Líquida 26/08 a 06/09/2026 · 10d	Iluminatel 08 a 17/09/2026 · 10d
Visualizações	282.923	196.901	146.379	215.508
Alcance total	319.586	326.342	223.740	264.511
Alcance de mídia paga	228.703	269.164	183.803	214.847
Interações	2.888	2.855	1.104	2.224
Cliques no link	4.762	4.390	2.113	1.772
CTR da mídia	1,2%	1,4%	1,1%	1,1%
Conversas WhatsApp	1.609	1.871	1.583	1.700
Posts publicados	17	22	14	26
Stories publicados	89	54	54	95

A OFERTA NO E-COMMERCE	Super Semana da Casa 02 a 12/07/2026 · 11d	Arrocha Paizão 03 a 12/08/2026 · 10d	Fortaleza Líquida 26/08 a 06/09/2026 · 10d	Iluminatel 08 a 17/09/2026 · 10d
Produtos na oferta	44	15	8	17
Produtos que venderam	9	6	1	1
Produtos sem venda	35	9	7	16
Aproveitamento da lista	20,4%	40%	12,5%	5,9%
Unidades vendidas	42	16	1	20
Receita da oferta	R$ 5.131	R$ 5.129	R$ 89,90	R$ 50,00
Peso na receita da loja	15,3%	11,3%	0,4%	0,2%

MÉDIA POR DIA	Super Semana da Casa 02 a 12/07/2026 · 11d	Arrocha Paizão 03 a 12/08/2026 · 10d	Fortaleza Líquida 26/08 a 06/09/2026 · 10d	Iluminatel 08 a 17/09/2026 · 10d
Impressões / dia	38.889	38.538	30.327	27.930
Alcance / dia	29.053	32.634	22.374	26.451
Interações / dia	263	286	110	222
Cliques / dia	433	439	211	177
Conversas / dia	146	187	158	170
Posts / dia	1,5	2,2	1,4	2,6
Stories / dia	8,1	5,4	5,4	9,5

Destaque em laranja = melhor valor da linha. As campanhas têm durações diferentes: a única comparação justa de volume é a coluna de média por dia. A oferta é operação no período, não venda atribuída ao anúncio.