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

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

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

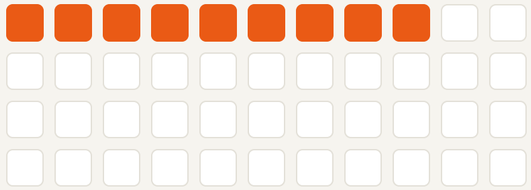
R$ 122

receita ÷ unidades

RECEITA DA LOJA

R$ 34.070

122 SKUs diferentes venderam



20%

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

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.

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

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

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

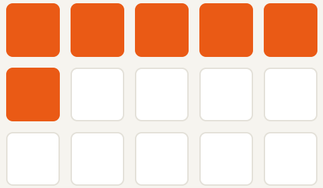
R$ 321

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.

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.

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

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

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.

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

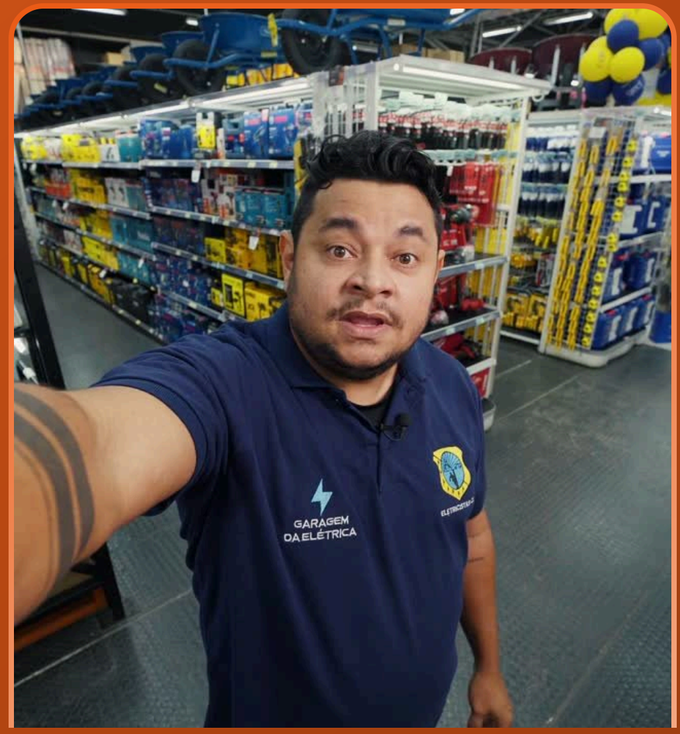
A lista saiu da lâmina da ação, enviada no grupo em 28/08. No site, a vitrine da Fortaleza Líquida teve 130 visualizações na janela. A ação não teve cupom próprio.

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

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

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.

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.

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