NORMATEL

RETORNO DA MÍDIA

RETORNO DA MÍDIA

Quanto a verba do Meta devolveu em agosto de 2026, o orçado e o realizado de cada canal e até onde a medição alcança.

PERÍODO	COMPARAÇÃO	FONTES	POR
agosto de 2026	julho de 2026	Portal, Meta, GA4 e Omnichat	Miner







LEIA ANTES DOS NÚMEROS

ESTE RETORNO NÃO É O IMPACTO REAL

A Miner não tem acesso à venda das onze lojas físicas. Tudo o que a mídia vendeu no balcão está fora desta conta, e outras quatro ressalvas mexem no número para os dois lados.

▼ O NÚMERO APARECE MENOR

Venda das lojas fora

O balcão das onze unidades não entra no numerador.

▲ O NÚMERO APARECE MAIOR

Receita do canal inteiro

O varejo digital inclui cliente da base e recompra, e não só quem veio do anúncio.

▪ SEM RASTRO ATÉ A VENDA

Anúncio leva ao WhatsApp

Em agosto o Meta levou 726 sessões ao site e nenhum pedido: a venda acontece na conversa.

▪ SEM RASTRO ATÉ A VENDA

Parceria sem cupom

Nenhum post de influenciador teve cupom ou link próprio.

▲ O NÚMERO APARECE MAIOR

Cachê e produção fora

Só a verba de mídia entra no denominador; cachê de criador e produção ficam de fora.

A conta do mês

Receita, orçado, verba e retorno por real de cada canal, sempre contra julho.

RETORNO DE AGOSTO

AGOSTO CONTRA JULHO

Receita do varejo digital sobre a verba de mídia, em duas leituras.

R$ 1.170.362
RECEITA · VAREJO DIGITAL
▲ +6,9% vs julho

R$ 45.386
MÍDIA · META VAREJO E GOOGLE
▲ +17,6% vs julho

107,0
RETORNO POR REAL · SÓ META
▼ -2,5% vs julho

25,8
RETORNO POR REAL · META E GOOGLE
▼ -9,0% vs julho

O ORÇADO DO MÊS, NO PORTAL

Orçado R$ 1.000.000
Meta do varejo digital para agosto. Realizado R$ 1.170.362.

117,0% do orçado
R$ 170.362 acima da meta do mês.

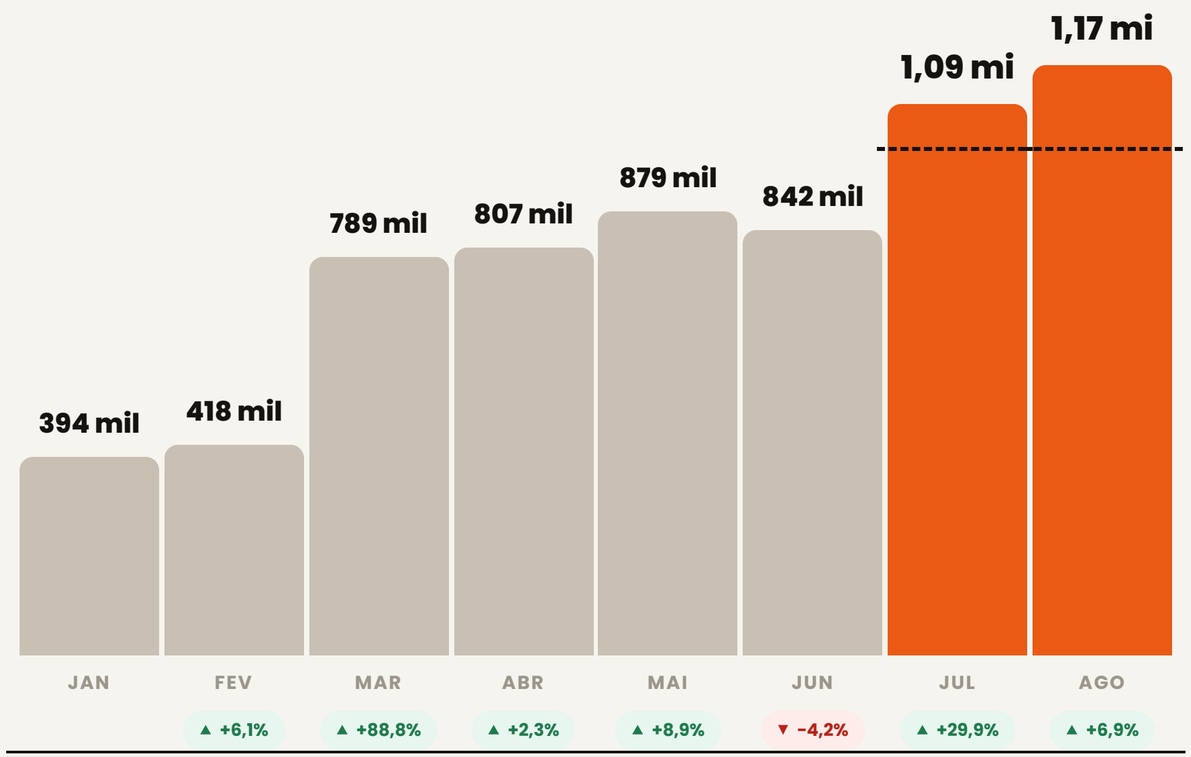
R$ 2.036.286 orçados
403 orçamentos liberados em aberto, foto de 07/09/2026.

FONTE · Portal Normatel, receita e orçado do varejo digital · Meta Ads, campanhas de varejo · Google Ads, investimento pelo portal

ORÇADO E REALIZADO

O faturamento do varejo digital mês a mês em 2026, com a linha do orçado em julho e agosto, e a meta de cada canal contra o que foi apurado.

VAREJO DIGITAL · FATURAMENTO POR MÊS · CRESCIMENTO SOBRE O MÊS ANTERIOR



CANAL	ORÇADO	REALIZADO	DO ORÇADO
Varejo digital julho	R$ 1.000.000	**R$ 1.094.361**	**109,4%**
Varejo digital agosto	R$ 1.000.000	**R$ 1.170.362**	**117,0%**
Venda corporativa julho	R$ 800.000	**R$ 540.444**	**67,6%**
Venda corporativa agosto	R$ 600.000	**R$ 692.606**	**115,4%**
Setembro os dois canais	R$ 1.800.000	em apuração	

117,0% do orçado no varejo digital em agosto, e 115,4% na venda corporativa.

FONTE · Portal Normatel, apurado do BI do varejo digital e da venda corporativa, com a meta de cada mês

RETORNO POR CANAL

Quanto cada real de mídia tem de receita do canal, só com o Meta e com o Meta e o Google somados. É uma razão entre números verdadeiros, e não a venda que o anúncio gerou.

CANAL	RECEITA EM AGOSTO	META	GOOGLE	RETORNO SÓ META	META E GOOGLE	JULHO	VARIAÇÃO
Varejo digital WhatsApp, televendas e loja online	R$ 1.170.362	R$ 10.938	R$ 34.448	107,0	25,8	28,3	▼ -9,0%
Loja online parte do varejo digital, a única rastreável até o clique	R$ 111.002	R$ 10.938	R$ 34.448	10,1	2,4	2,6	▼ -7,4%
Venda corporativa 2 campanhas de cadastro B2B, sem Google	R$ 692.606	R$ 4.479	sem verba	154,6	154,6	110,5	▲ +39,9%
Os dois canais varejo digital e venda corporativa	R$ 1.862.968	R$ 15.416	R$ 34.448	120,8	37,4	37,6	▼ -0,6%

COMO SE LÊ

R$ 25,8

de receita do varejo digital para cada R$ 1 somando Meta de varejo e Google

CACHÊ DE INFLUENCIADOR

fora

aparece à parte, na seção de parcerias

VENDA SEM ATRIBUIÇÃO

Meta Ads

rótulo usado quando a venda não tem origem gravada

FONTE · Portal Normatel, apurado do BI do varejo digital e da venda corporativa, com a meta de cada mês · Meta Ads, conta act_856454918350665 · Google Ads, conta NORMATEL - MINER, via portal · Google Analytics 4

ONDE A RECEITA APARECE

O varejo digital é o canal inteiro. A loja online é uma parte dele, e é a única em que a venda pode ser rastreada até o anúncio.

VAREJO DIGITAL · O CANAL INTEIRO

R$ 1.170.362

WhatsApp, televendas e loja online · 1.031 vendas no portal

R$ 111.002

loja online · 9,5% do canal

A faixa laranja é a única parte da receita que dá para seguir até o clique. O resto passa pela conversa, e a conversa não grava de onde veio.

VENDAS NO VAREJO DIGITAL

1.031

ticket de R$ 1.135

▼ -3,6%

PEDIDOS NA LOJA ONLINE

311

ticket de R$ 357

▼ -6,0%

ORÇAMENTOS EM ABERTO

R$ 2.036.286

403 orçamentos, ticket de R$ 5.053

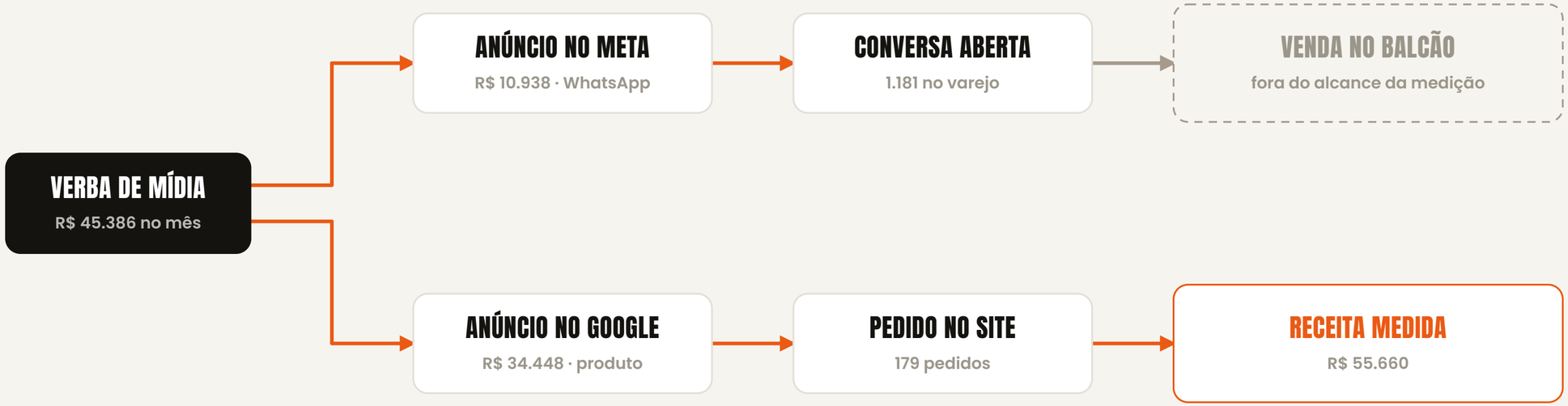
FONTE · Portal Normatel (vendas e orçamentos liberados do varejo digital, foto de 07/09/2026) · Google Analytics 4, pedidos únicos

O caminho até a venda

Para onde cada canal leva o cliente e em que ponto a medição deixa de alcançar o resultado.

FLUXO DE MEDIÇÃO

Do investimento até a venda: o Meta leva à conversa, o Google leva à página do produto, e a venda do balcão fica fora das duas pontas.



SESSÕES QUE O META LEVOU AO SITE

726

em agosto

▲ +437,8%

PEDIDOS DESSAS SESSÕES

0

o anúncio aponta para o WhatsApp

PEDIDOS PELO GOOGLE ADS

179

R$ 55.660 de receita

▼ −7,7%

FONTE · Meta Ads, campanhas de varejo · Google Ads pelo portal · Google Analytics 4, pedidos únicos · Omnichat

O QUE CADA CANAL FEZ NA LOJA ONLINE

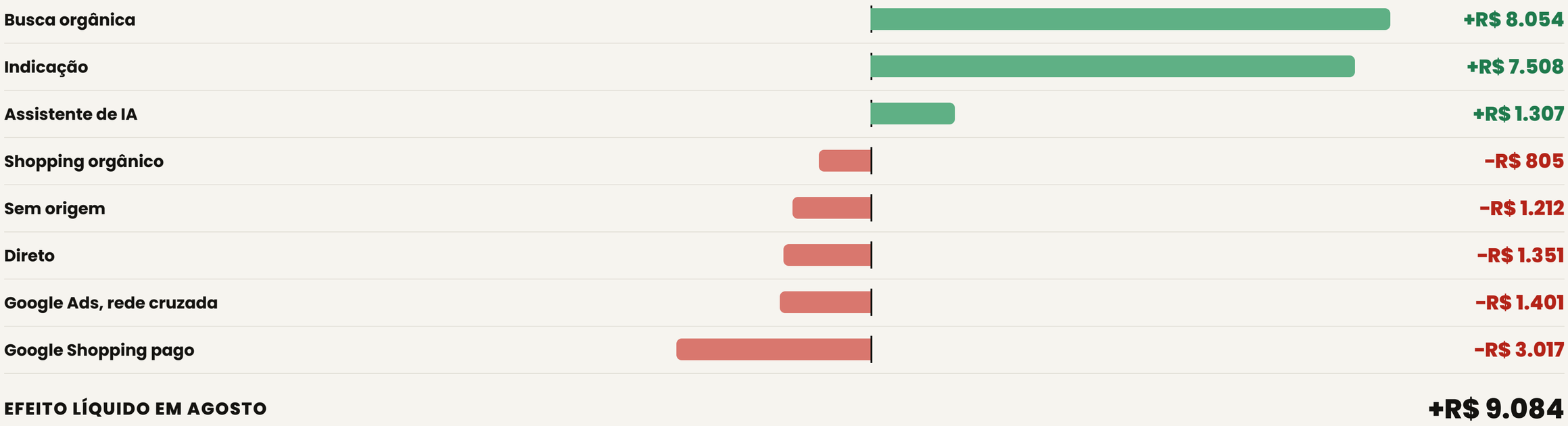
Agosto contra julho de 2026, em pedidos únicos. O anúncio do Meta aparece com sessões e sem pedido porque aponta para o WhatsApp.

CANAL	SESSÕES	VS JULHO	PEDIDOS	VS JULHO	RECEITA	VS JULHO
Google Ads, rede cruzada	34.561	▲ +12,6%	179	▼ -7,7%	R$ 55.660	▼ -2,5%
Busca orgânica	36.848	▲ +4,7%	73	▲ +9,0%	R$ 29.380	▲ +37,8%
Direto	5.530	▼ -4,1%	18	▼ -28,0%	R$ 8.419	▼ -13,8%
Indicação	1.852	▼ -17,5%	6	▲ +200,0%	R$ 7.978	▲ +1598,9%
Google Shopping pago	5.879	▲ +13,8%	24	▼ -11,1%	R$ 4.910	▼ -38,1%
Sem origem	3.605	▲ +28,4%	7	▼ -41,7%	R$ 3.129	▼ -27,9%
Assistente de IA	793	▲ +13,3%	3	sem base	R$ 1.307	sem base
Shopping orgânico	3.790	▲ +9,0%	1	▼ -75,0%	R$ 219	▼ -78,6%
Social orgânico	764	▲ +118,9%	0	sem base	R$ 0,00	sem base
Social pago · Meta META	726	▲ +437,8%	0	sem base	R$ 0,00	sem base

FONTE · Google Analytics 4, propriedade Normatel Home Center · pedidos = transações únicas

O QUE PUXOU A RECEITA DA LOJA ONLINE

Quanto cada canal somou ou tirou da receita do site em agosto, contra julho. Do maior ganho para a maior perda; a última linha é o efeito líquido no mês.



FONTE · Google Analytics 4, receita por canal de origem, agosto contra julho de 2026

Por campanha

Onde a verba de agosto foi parar, por tipo de campanha e campanha a campanha.

A VERBA DO META POR TIPO DE CAMPANHA

As 46 campanhas do Meta no mês agrupadas pelo destino do anúncio. O Google Ads, com outra lógica de compra, aparece na faixa de baixo.



Conversa no WhatsApp · 61,9% · Venda corporativa · cadastro · 29,1% · Seguidores · 6,4% · Tráfego para o site · 2,7%

TIPO	CAMPANHAS	INVESTIDO	DA VERBA	ALCANCE SOMADO	CONVERSAS E CADASTROS	POR CONTATO
Conversa no WhatsApp	38	R$ 9.538	61,9%	371.688	1.180	**R$ 8,08**
Venda corporativa · cadastro	2	R$ 4.479	29,1%	72.544	56	**R$ 79,98**
Seguidores	4	R$ 983	6,4%	148.486	1	**R$ 983**
Tráfego para o site	2	R$ 417	2,7%	49.039	0	sem conversa
Total do mês	46	**R$ 15.416**	100%		**1.237**	**R$ 12,46**

GOOGLE ADS NO MESMO MÊS **R$ 34.448** ▲ +20,3% vs julho · 179 pedidos no site pela rede cruzada, R$ 55.660 de receita

FONTE · Meta Ads, conta act_856454918350665 · Google Ads, conta NORMATEL – MINER, via portal · agosto de 2026 · alcance somado por campanha, com sobreposição de pessoas

GOOGLE ADS NO MESMO MÊS

Verba de busca, shopping e display, que entra na segunda leitura do retorno. No site, a rede cruzada do Google trouxe 179 pedidos e R$ 55.660 de receita.

INVESTIMENTO	IMPRESSÕES	CLIQUES	CPC MÉDIO
R$ 34.448	1.720.738	49.843	R$ 0,69
▲ +20,3%	▲ +20,7%	▲ +11,8%	▲ +7,8%

AS PEÇAS DE DISPLAY DA NORMATEL NO GOOGLE, EM ALTA RESOLUÇÃO



Soluções completas para sua obra · 1200×628



Tudo para reformar e construir · 960×1200



Sua obra começa na Normatel · 1080×1920

FONTE · Google Ads, conta NORMATEL - MINER, via portal · peças do job NOR-0052-26

AS CAMPANHAS DE VAREJO

As dez de maior investimento em agosto, das 44 de varejo. A última coluna compara o custo de cada conversa com a média do mês, R$ 9,26.

CAMPANHA	INVESTIDO	ALCANCE	CLIQUES	CONVERSAS	POR CONVERSA	VS MÉDIA
Tramontina FORTALEZA	R$ 571	12.129	204	59	R$ 9,68	▲ +4,5%
Coral + Tati Malta	R$ 568	17.081	341	16	R$ 35,50	▲ +283,4%
Entrou na Normatel só pra dar uma olhadinha? JUAZEIRO	R$ 540	19.269	236	20	R$ 27,02	▲ +191,8%
Rejuntamix FORTALEZA	R$ 503	10.117	188	45	R$ 11,18	▲ +20,7%
Seguidores · Vinícius Castro e Embramaco FORTALEZA	R$ 410	61.523	1.315	0	sem conversa	
Tráfego para o site FORTALEZA	R$ 382	42.460	1.013	0	sem conversa	
Mau cheiro vindo da pia nem sempre FORTALEZA	R$ 364	12.139	447	34	R$ 10,72	▲ +15,7%
Aqui é assim, você pergunta pelo revestimento FORTALEZA	R$ 363	9.223	140	34	R$ 10,68	▲ +15,3%
Aqui é assim, você pergunta pelo revestimento JUAZEIRO	R$ 363	11.272	165	27	R$ 13,45	▲ +45,2%
Ofertas Qualiz com validade até dia 31/08 FORTALEZA	R$ 360	9.379	118	30	R$ 11,99	▲ +29,5%

FONTE · Meta Ads, conta act_856454918350665 · conversa = conversa iniciada por mensagem em 7 dias

Por influenciador

A mídia que impulsionou cada conteúdo de parceria, as conversas que ele abriu e o cachê, sempre à parte.

PARCERIAS COM CRIADORES

Os seis conteúdos de parceria que receberam mídia em agosto, do menor para o maior custo por conversa. A comparação é com a média do varejo no mês, R$ 9,26.



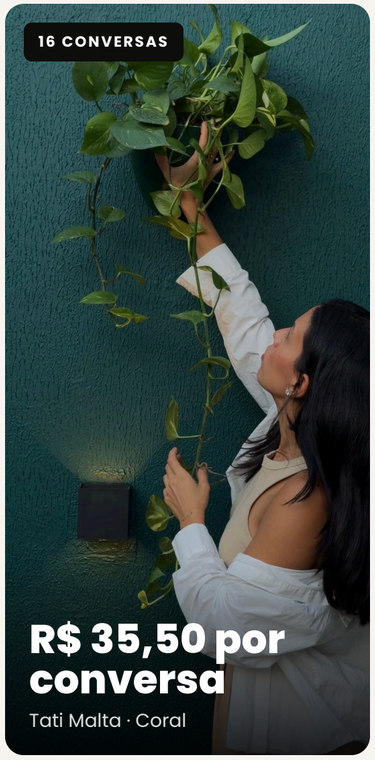
▼ -8,7% vs média



▲ +4,5% vs média



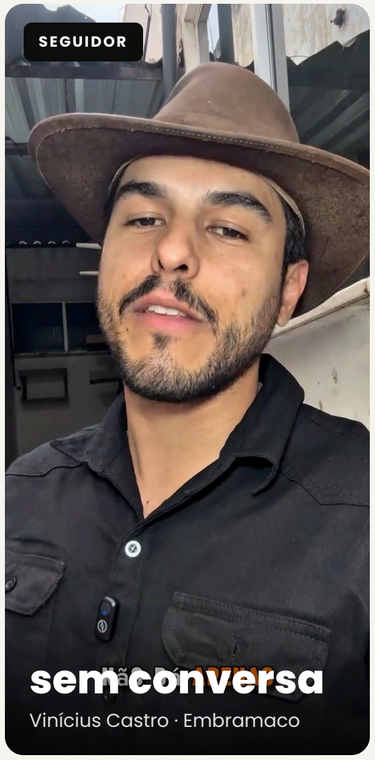
▲ +20,7% vs média



▲ +283,4% vs média



▲ +416,0% vs média



FONTE · Meta Ads, conta act_856454918350665 · peças no maior tamanho que a API entrega

PARCERIAS: MÍDIA, CONVERSA E CACHÊ

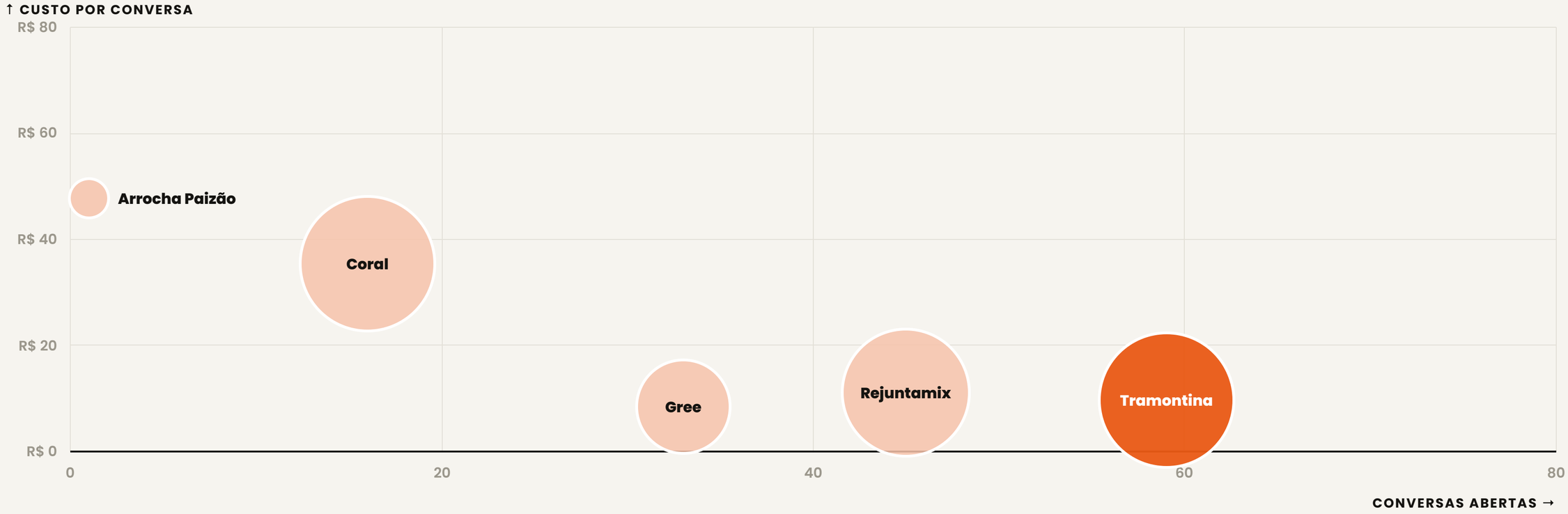
A mídia investida em cada conteúdo, o alcance, as conversas e o cachê informado pelo marketing da Normatel. O cachê não entra no custo por conversa.

CRIADOR	MÍDIA	ALCANCE	CONVERSAS	POR CONVERSA	CACHÊ INFORMADO
Tati Malta Gree · agosto	R$ 279	6.323	33	**R$ 8,46**	no pacote mesmo pacote de R$ 1.100
Leo da Garagem Tramontina · agosto	R$ 571	17.470	59	**R$ 9,68**	R$ 750 rateio de R$ 3.000 por 4 vídeos
Vinícius Castro Rejuntamix · agosto	R$ 503	14.368	45	**R$ 11,18**	R$ 600 1 reels
Tati Malta Coral · agosto	R$ 568	25.018	16	**R$ 35,50**	R$ 1.100 pacote dos dois posts
Pedreiros Brincalhões Arrocha Paizão · agosto	R$ 47,78	1.860	1	**R$ 47,78**	R$ 3.000 jingle da campanha, inclui intermediação
Vinícius Castro Embramaco · agosto	R$ 410	83.615	0	sem conversa	não informado não informado
Tati Malta Gree · setembro	R$ 270	6.724	26	**R$ 10,37**	no pacote mesmo pacote de R$ 1.100
Total de agosto	**R$ 2.379**		**154**	**R$ 15,44**	**R$ 5.450**

FONTE · Meta Ads, conta act_856454918350665 · cachê informado pelo time de marketing da Normatel

PARCERIAS: CUSTO, CONVERSA E VERBA

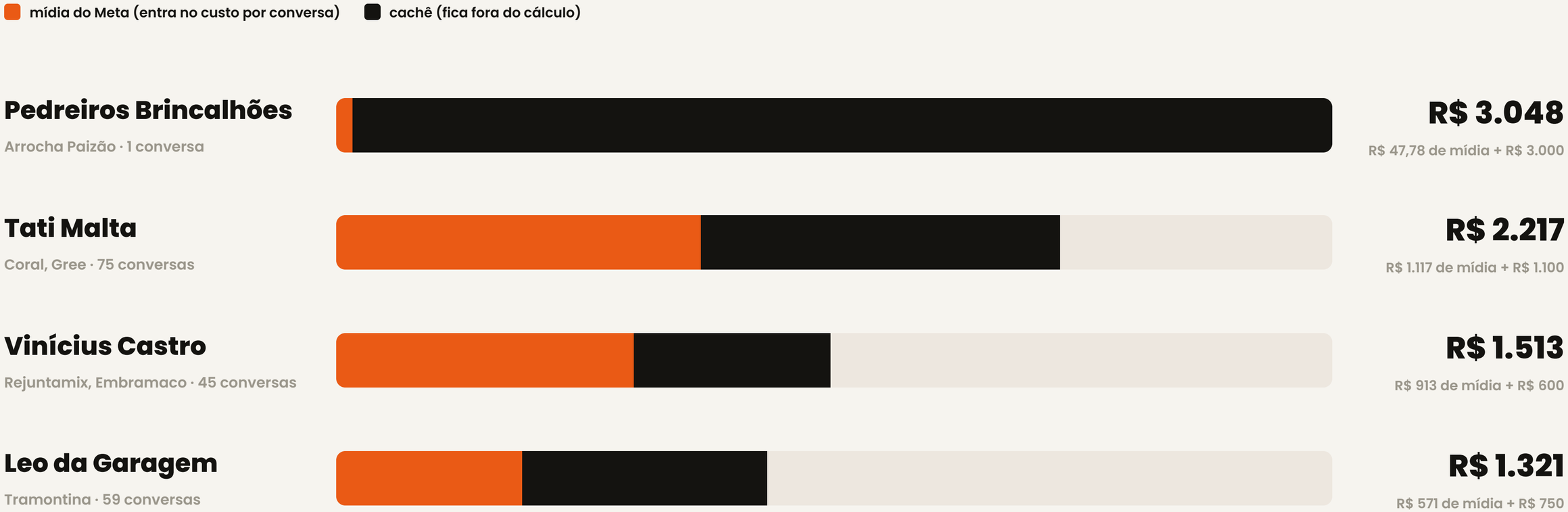
Cada bolha é um conteúdo de parceria em agosto. Mais à direita, abriu mais conversas; mais embaixo, cada conversa custou menos; o tamanho é a verba de mídia investida. Vinícius Castro · Embramaco fica fora do gráfico: a campanha foi comprada como seguidor e não abre conversa.



FONTE · Meta Ads, conta act_856454918350665 · cachê fora do cálculo

MÍDIA E CACHÊ, LADO A LADO

O que cada criador custou somando as duas coisas, agosto e setembro parcial. O cachê aparece aqui e em nenhum outro cálculo da apresentação.



FONTE · Meta Ads, conta act_856454918350665 · cachê informado pelo time de marketing da Normatel · Leo da Garagem: rateio de R$ 3.000 por 4 vídeos

De onde vem cada número

As fontes do retorno por real, quem responde por cada uma e o que falta para o número ficar inteiro.

CANAIS NESTA TELA · Anúncios no Meta · Google Ads

AS FONTES DO RETORNO POR REAL

RETORNO POR REAL

receita do canal dividida pela verba de mídia

01
Receita do canal
PORTAL NORMATEL

Apurado do BI, publicado pelo time comercial da Normatel.

02
Verba de mídia
META E GOOGLE ADS

Meta por campanha; Google pelo portal, conta NORMATEL - MINER.

03
Conversas abertas
META E OMNICHAT

Conversa iniciada pelo anúncio e registrada no atendimento.

04
Pedidos da loja online
GOOGLE ANALYTICS 4

Transações únicas por canal de origem.

05
Cachê de parceria
MARKETING NORMATEL

Valor informado por criador e por pacote.

RECEITA DO VAREJO DIGITAL · 01
R$ 1.170.362

÷

META DE VAREJO E GOOGLE · 02
R$ 45.386

=

RETORNO POR REAL · SÓ META: 107,0
25,8

O QUE FALTA PARA O NÚMERO FICAR INTEIRO

Cada item tira uma ressalva do aviso do começo desta apresentação, com o responsável e o efeito que a falta dele tem hoje no retorno.

01

Acesso à venda das lojas físicas

Com o faturamento por unidade, a campanha passa a ser medida onde ela vende.

DIRETORIA NORMATEL

hoje o número aparece menor

02

Etiqueta de origem no atendimento

As conversas já fecham com motivo, mas sem origem: a venda não se liga ao anúncio.

MARKETING

hoje não há rastro

03

Cupom ou link por parceria

Troca o custo por conversa do criador por retorno por real.

MARKETING

hoje não há rastro

04

Custo de produção por ação

Com cachê e produção por campanha, o retorno sai pela ação completa, e não só pela mídia.

MARKETING

hoje o número aparece maior

FONTE · desenho da Miner a partir das ressalvas desta apresentação

NORMATEL

RETORNO DA MÍDIA · AGOSTO 2026

Miner

(Dados + Vendas)

PERÍODO	agosto de 2026, comparado a julho
FONTES	Portal Normatel, Meta Ads, Google Ads, Google Analytics 4 e Omnichat
DADOS DE	16/09/2026

NORMATEL × MINER

Este documento possui informações e dados de propriedade da Miner. Por favor, não divulgar sem consentimento por escrito do proprietário.

