




Angelus

Quem é Angelus?

A Angelus é uma empresa brasileira especializada em planos de assistência funerária familiar, oferecendo serviços completos para apoiar famílias em momentos delicados. Fundada em 1999 como Sistema Prever, a empresa adotou a marca Angelus em 2007, consolidando-se como referência no setor. Com presença no Vale do Ribeira (SP) desde 2003 e em Porto Velho (RO) desde 2015, a Angelus disponibiliza diversas opções de planos que incluem assistência funeral, cremação, suporte ortopédico, teleconsultas e programas de apoio ao luto. Além disso, a empresa mantém parcerias com clínicas médicas, odontológicas e estabelecimentos comerciais, proporcionando benefícios adicionais aos associados. A Angelus também se destaca por sua infraestrutura moderna, com capelas equipadas para cerimônias de despedida, e por oferecer atendimento funerário 24 horas, garantindo suporte contínuo aos clientes.


Contexto de projeto

O projeto Angelus, assim como o projeto  Pilão Professional também foi liderado pelo [Rogério Matofino](#). Os dois projetos tem escopos extremamente parecidos, contando com métricas iguais, dados iguais, visões iguais e até o mesmo mockup, porém, com algumas ressalvas como filtros adicionais e métricas adicionais.

A Angelus possui um rígido manual de identidade visual com regras de cores, logos e etc. O qual foi amplamente utilizado na concepção de suas análises.

[Manual de identidade Angelus.](#)

Primeiros passos

Após entender a necessidade e requisitos de ambos os projetos (foram concebidos juntos), demos inicio também a construção dos dados da Angelus, ao mesmo tempo que terminávamos o projeto  Pilão Profissional. O primeiro passo aqui, também era entender as métricas e construir os dados fakes.

Os dados

A geração de dados foi feita de forma idêntica a Pilão, mudando algumas coisas claro, mas o código era o mesmo (você pode vê-lo na documentação do projeto Pilão).

Além de criarmos os dados geral e de marketing, também foi necessária a criação dos dados de DRE, pois aqui, teremos uma visão de DRE.

As visões

Aqui, novamente, tivemos visões idênticas as da Pilão, com algumas ressalvas:

Visão Executiva



Essa é visão uma estratégica do desempenho comercial e de marketing do negócio, permitindo que executivos e gestores monitorem os principais indicadores de forma rápida e tomem decisões mais assertivas baseadas nos resultados apresentados.

Visão Gerencial



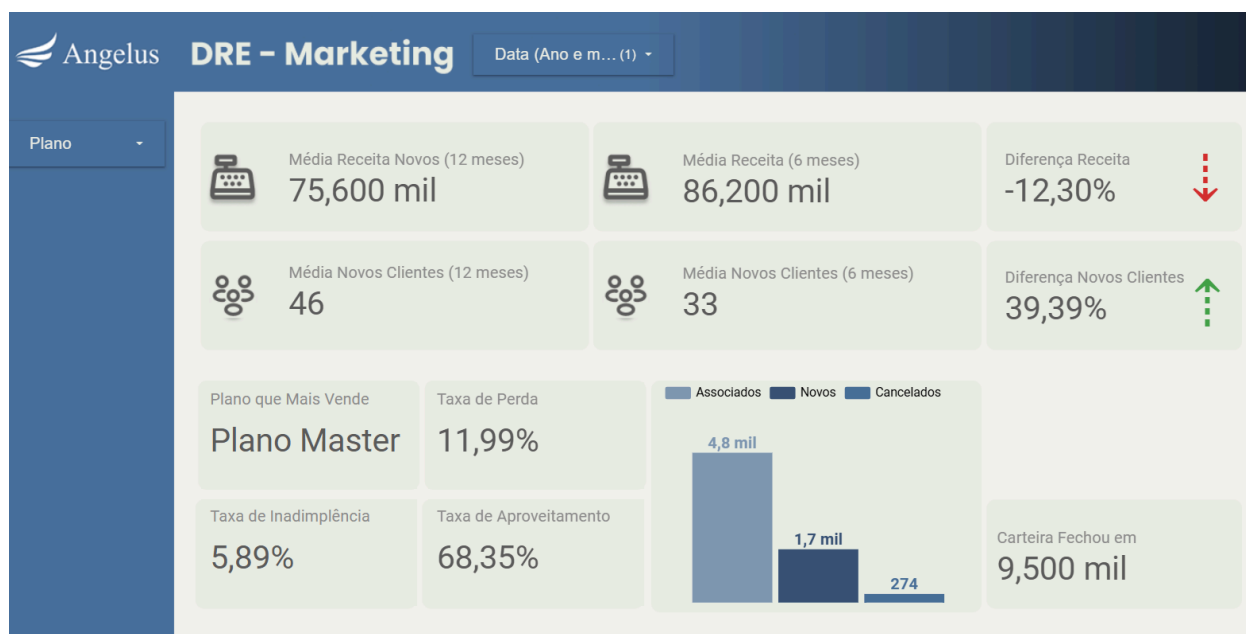
Visão gerencial que permite aos gestores acompanharem o desempenho detalhado dos canais de marketing e vendas, monitorando a jornada de conversão dos leads e a efetividade de cada canal de aquisição, além de fornecer insights para planejamento futuro e identificação de oportunidades de melhoria.

Visão Operacional/Evolutiva



Uma visão operacional que permite acompanhar a evolução e eficiência das estratégias de marketing digital da empresa, apresentando métricas detalhadas sobre origem do tráfego, custos por lead/aquisição e taxas de conversão, auxiliando na otimização das campanhas e na identificação da efetividade de cada canal de aquisição.

Visão Evolutiva/Mídia



Visão geral do desempenho comercial da empresa, com foco na captação e retenção de clientes, além da análise financeira. Ele apresenta métricas como receita média, novos clientes, taxa de perda e inadimplência, permitindo acompanhar tendências e identificar oportunidades de melhoria.

Temos as análises e os dados, agora é hora do feedback!

Até o momento, o projeto atende as expectativas e cumpre com o esperado.

Próximos passos

Stakeholder necessita da documentação do projeto numa tela a parte dentro do Looker Studio para transparência de processos.