Mensal Branding

#GrowingTogether

Index: Mensal Branding

KPI's da conta	Visão geral dos principais números de acopanhamento da conta.
Fluxo de visitas a loja	Fluxo visitas, pedidos e atingimento de meta por praça.
Canais de mídia	Campanhas Meta Ads, criativos e páginas live.
Reconhecimento de marca	Contribuição para o e-commerce + Google Trends.
Aprendizados	Conclusões finais e próximos passos.
Glossário	Informações e dúvidas sobre os indicadores.

Dashboard | Branding

1 de ago. de 2024 - 31 de ago. de 20:

Principais KPI's da conta

Invest
Não há dados
Não há dados de mês anterior

Meta do plano de mídia
R$ 268k

Visitas a loja
Não há dados
Não há dados de mês anterior

Meta do plano de mídia
366k

CPM realizado
Não há dados
Não há dados de mês anterior

Meta do plano de mídia
R$ 1,31

Custo por visita a loja
0,74

Meta do plano de mídia
R$ 0,34

Impressões
Não há dados
Não há dados de mês anterior

Meta do plano de mídia
205mi

Resumo

- **Recife:** Aumento de 121% nos cliques, fechando com 219k de cliques; Número de visitas à loja caiu em 2% no geral, porém na campanha de fundo aumentou em 25%; Custo de visita caiu em 10%;
- **Natal:** Queda de 19% nas impr. com um aumento de 58% nos cliques; Custo de visita à loja caiu em 21%; Aumento no interesse da categoria Louças e Metais e UD;
- **Salvador:** Aumento de 129% nos cliques com 16% a mais de investimento; Aumento de 7x no CTR de Meio; Aumento de 16% nas visitas à loja; CPV de Demand Gen está 5x mais cara que o youtube; Interesse de Pisos aumentou em 483%; Interesses de Smart TV aumentou em 60%.
- **Aracaju:** Aumento de 108% no CTR geral da região com 88% nos cliques; Custo por Visita caiu para R$ 0,27, uma redução de 15% se comparado ao mês anterior; O custo do cpc caiu em 48%, fechando em R$ 0,25; Aumento no interesse por Pisos, Smart Tv, Móveis e Decoração;

João Pessoa: Aumento de 97% de CTR com uma redução de 14% no investimento; Aumento de 60% nos cliques; Aumento de interesse em Pisos, Smart Tv, Móveis e Louças e Metais

Dashboard | Branding

1 de jul. de 2024 - 7 de jul. de 2024

Loja física
Visitas por estado

PE

Visitas a loja
56.169
15.9% de 7 dias anteriores

ID_FILIAL	Visitas a loja	% Δ
4.TAM	37.111	9.9%
2.IMB	36.166	17.9%
1.GUS	20.003	12.4%

BA

Visitas a loja
40.918
26.9% de 7 dias anteriores

ID_FILIAL	Visitas a loja	% Δ
3.PAL	40.918	26.9%

PB

Visitas a loja
29.635
19.1% de 7 dias anteriores

ID_FILIAL	Visitas a loja	% Δ
6.JPA	29.635	19.1%

SE

Visitas a loja
24.977
29.4% de 7 dias anteriores

ID_FILIAL	Visitas a loja	% Δ
5.AJU	24.977	29.4%

RN

Visitas a loja
Não há dados
Não há dados de 7 dias anteriores

ID_FILIAL	Visitas a loja	% Δ
Não há dados		

Δ % = Comparativo mês anterior Abr24x Mar24

Highlights

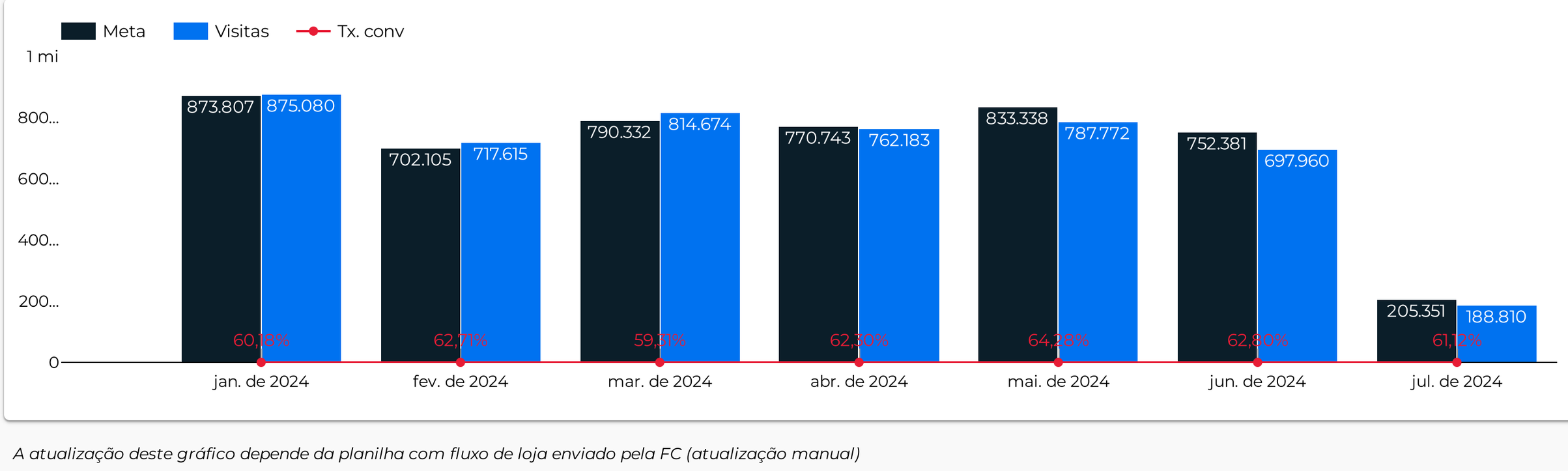
- As visitas em Garanhuns cairam em 23% se comparados ao mês anterior;
- O número de visitas em Barris chegou a 98k, porém ficou com 82% de atingimento de Meta, precisando ser um foco de melhoria nos próximos meses;
- Quase todas as praças ficaram com um número de visitas menor do que no mês anterior, com apenas 3 atingindo a sua meta;
- A taxa de conversão da loja de Barris fechou em 67%, sendo a terceira maior da conta;

Acompanhamento
Meta x Realizado

Região	Filial	Meta	Visitas	Pedidos	Atingimento	Tx. conv
PE	1.GUS	16.278	20.003	9.276	122,88%	46,37%
SE	5.AJU	27.251	24.977	15.104	91,66%	60,47%
PB	6.JPA	35.716	29.635	15.839	82,97%	53,45%
PE	2.IMB	36.185	36.166	23.549	99,95%	65,11%
PE	4.TAM	44.082	37.111	25.477	84,19%	68,65%
BA	3.PAL	45.839	40.918	26.149	89,26%	63,91%

A atualização deste gráfico depende da planilha com fluxo de loja enviado pela FC (atualização manual)

Série temporal
Fluxo de Visitas à Loja

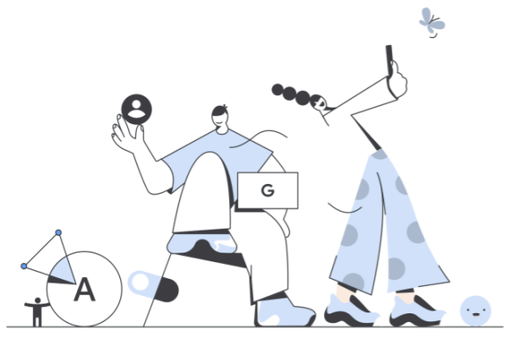


A atualização deste gráfico depende da planilha com fluxo de loja enviado pela FC (atualização manual)

Dashboard | Branding

1 de ago. de 2024 - 31 de ago. de 2024

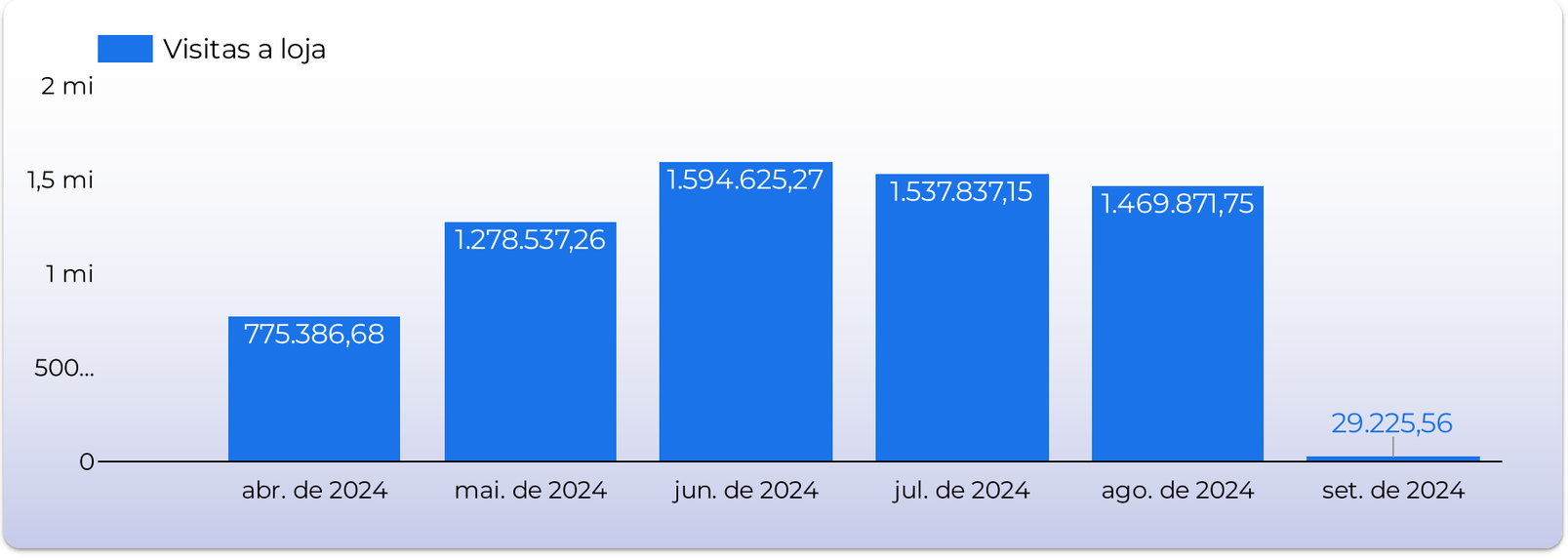
Google Ads
Visitas a loja



Custo
R$ 473.138,69
8.0% de mês anterior

Visitas a loja
1.243.553,85

Custo por visita a loja
R$ 1,04



Overview

Visitas a loja

Visitas a loja
Por região

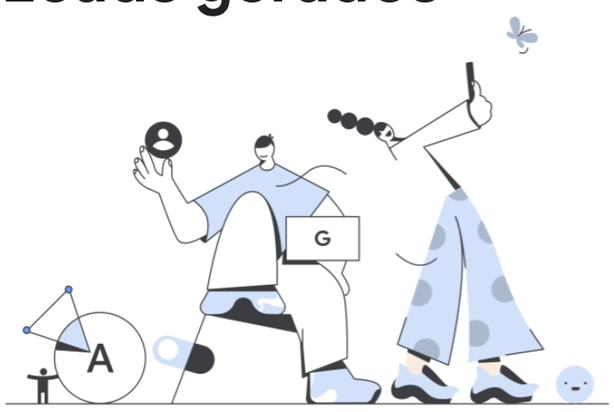
Comparativo mês anterior
Abr24 x Mar24

	Região	Visitas a loja	Custo por visita a loja
1.	State of Pernambuco	432.924,87	R$ 1,14
2.	State of Bahia	339.589,78	R$ 0,9
3.	State of Rio Grande do Norte	189.015,81	R$ 0,98
4.	State of Sergipe	146.278,72	R$ 0,8
5.	State of Paraiba	128.360,91	R$ 1,23
6.	Ceara	5.034,37	R$ 3,86
7.	State of Alagoas	2.202,31	R$ 6,7
8.	State of Sao Paulo	56,76	R$ 1,56
9.	State of Rio de Janeiro	18,31	R$ 1,39
10.	State of Santa Catarina	0,41	R$ 0,97

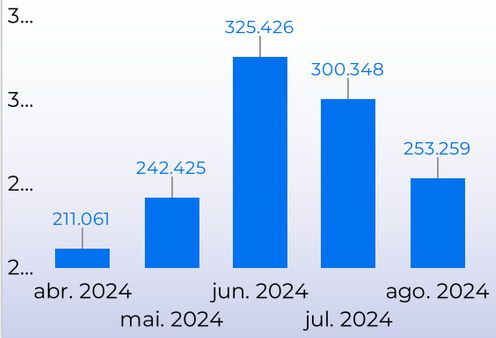
Dashboard | Branding

1 de ago. de 2024 - 31 de ago. de 2024

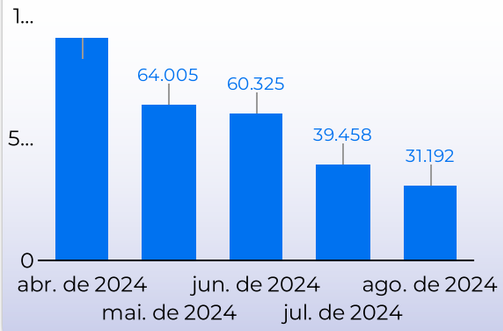
Captação lives
Leads gerados



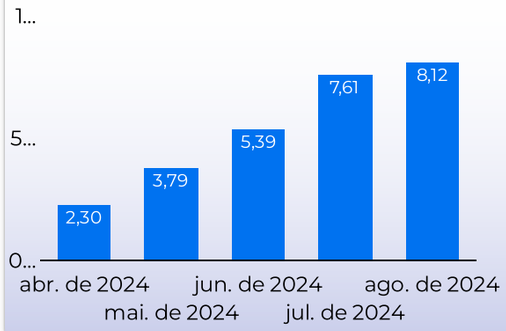
Investido
150.852
-6.6% de mês anterior



Website leads
31.192
-20.9% de mês anterior



Custo por lead
R$ 8,12
6.7% de mês anterior



Highlights

- Em Abril rodamos as captações de Mães, Organização e Limpeza, Ferramentas e Contrução e a de Pisos;
- A campanha de Mães foi a que gerou o maior número de leads, com 39.512 Leads a um custo de R$ 1,81;
- A captação com o valor mais caro de Leads foi a de pisos, com R$ 3,59 de custo em cada lead;

Criativos
Eficientes

	1.	2.	3.	4.	5.
Criativo					
Link	https://scontent-lhr6-2.xx....	https://scontent-lhr8-1.xx....	https://www.facebook.co...	https://scontent-lhr6-2.xx....	https://www.facebook.co...
Impressões	1.483.859	1.344.510	802.314	647.871	281.368
Cliques no link ▾	20.466	14.386	12.901	12.224	11.260
Leads site	5.244	1.916	2.369	0	0
CTR (%)	1,38%	1,07%	1,61%	1,89%	4,00%

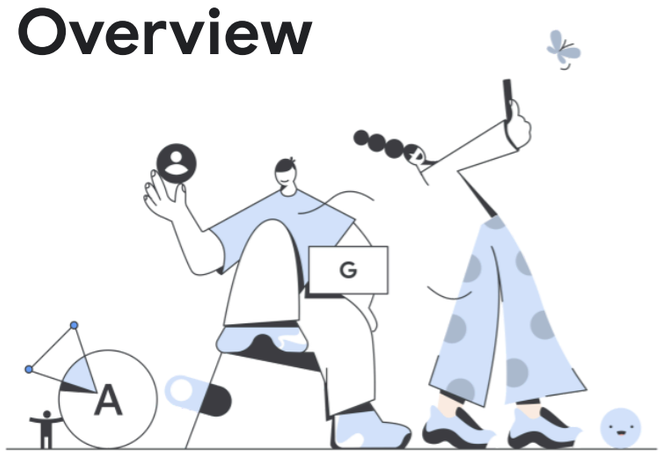
Resumo
Campanhas

	1.	2.	3.	4.	5.	
Campaign ...						
Custo ▾	60.097	32.609	19.854	16.834	14.547	**253.259**
Leads	13.818	7.248	0	0	3.302	**31.192**
CPL	R$ 4,35	R$ 4,50	null	null	R$ 4,41	**R$ 8,12**

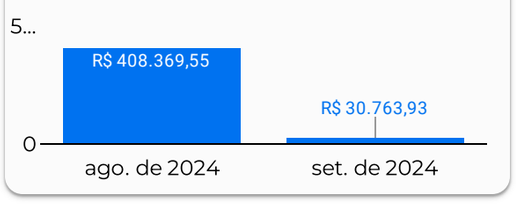
Dashboard | Branding

1 de ago. de 2024 - 31 de ago. de 2024

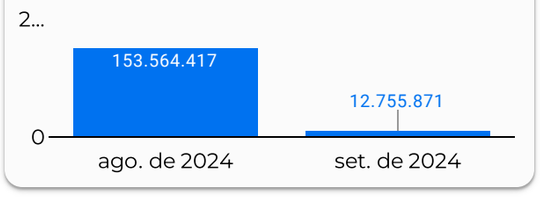
Google Ads
Overview



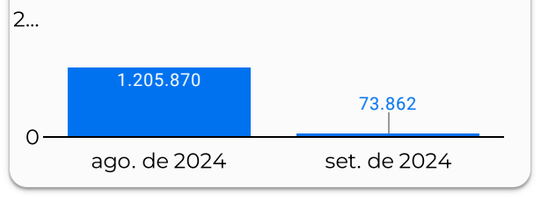
Custo
R$ 439.133,48



Impressões
166.320.288



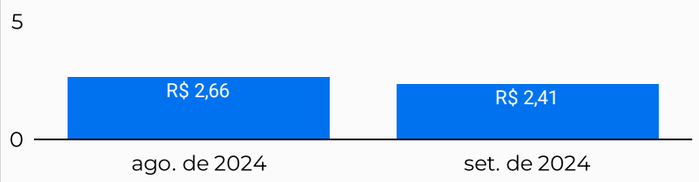
Cliques
1.279.732



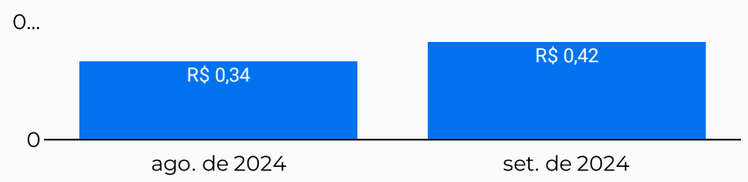
Campanhas vídeo

Visitas a loja

CPM Médio
R$ 2,64



CPC médio
R$ 0,34



Tx. cobertura
Por cidade

	Cidade	Cliques	Conversões	% Δ
1.	Salvador	779.495	382.237	5.2% ↑
2.	Recife	692.913	290.303,4	-12.3% ↓
3.	Natal	355.488	188.940,73	-14.4% ↓
4.	Aracaju	289.619	164.192,81	0.2% ↑
5.	Joao Pessoa	278.467	110.531,58	-8.6% ↓
6.	Caruaru	79.696	36.428,52	-19.1% ↓
7.	Garanhuns	68.385	117.475,84	17.3% ↑

Δ % = Comparativo com 30 dias anteriores

Indicadores
Etapas de funil

Cidade

Custo
R$ 397.001,69
↑ 6.7%

Impressões
157.680.449
↑ 4.2%

CPM médio
R$ 2,52
↑ 2.3%

Custo
R$ 76.137,00
↑ 15.7%

Cliques
652.056
↓ -28.4%

CTR
3,51%
↓ -21.7%

Custo
R$ 0,00
N/A

Visitas a loja
0
N/A

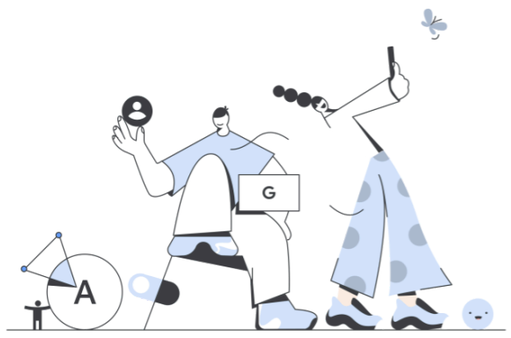
Custo
R$ 0,00
N/A

Dashboard | Branding

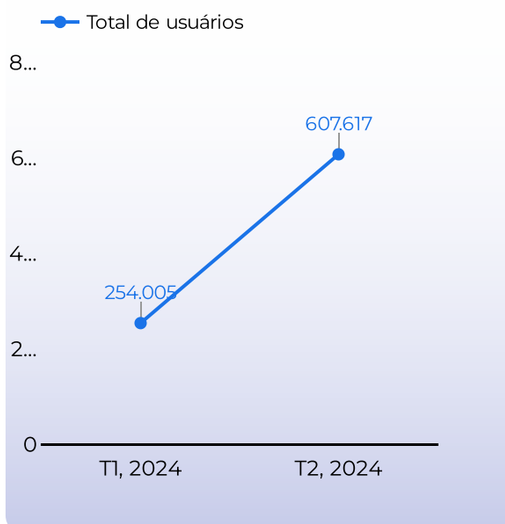
Região

1 de ago. de 2024 - 31 de ago. de 2024

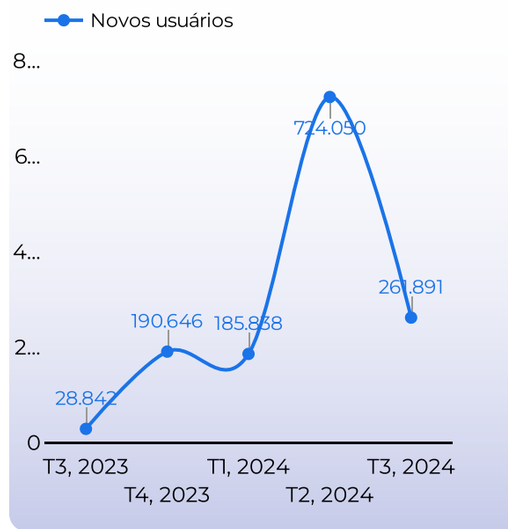
Reconhecimento
Tráfego site



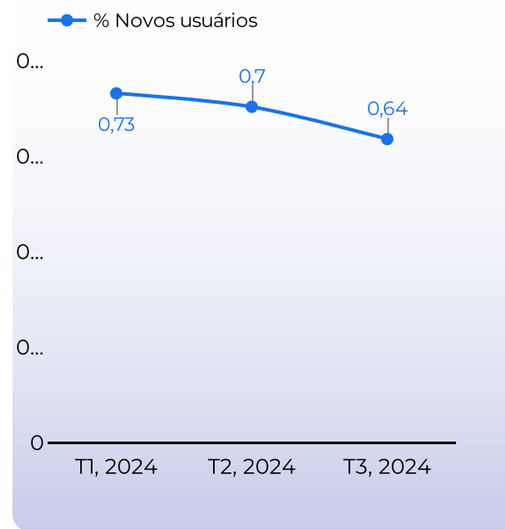
Total de usuários
451,0 mil
39.114 de mês anterior



Novos usuários
299,3 mil
37.423 de mês anterior



% Novos usuários
65,1%



Páginas
mais acessadas

Comparativo mês anterior

	URL completo da página	Total de usuários	% Δ
1.		384.375	-15.2%
2.		346.227	4.1%
3.		110.041	-3.7%
4.		98.596	3,893.4%
5.		71.387	-33.7%
6.		41.625	-0.2%
7.		40.000	-20.1%
8.		38.059	150.0%
9.		36.740	-10.2%
10.		36.381	-3.9%

Páginas
Captação live

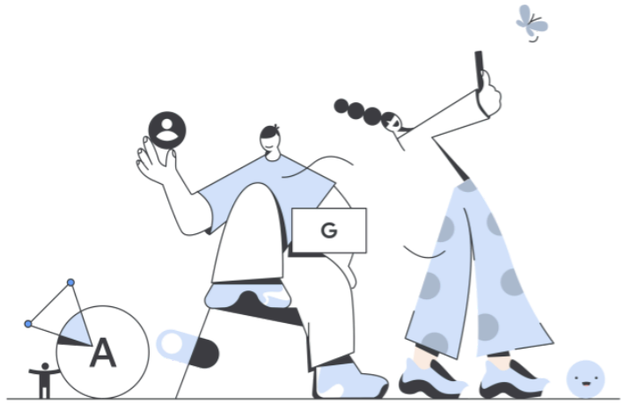
Comparativo mês anterior

	URL página	Sessões iniciadas	Lead	Tx. conversão da página
1.		5.504	555	10,08%
2.		602	13	2,16%
3.		385	44	11,43%
4.		350	70	20%
5.		216	25	11,57%
6.		150	10	6,67%
7.		36	2	5,56%
8.		34	1	2,94%
9.		33	7	21,21%
10.		10	1	10%

Dashboard | Branding

1 de ago. de 2024 - 31 de ago. de 2024

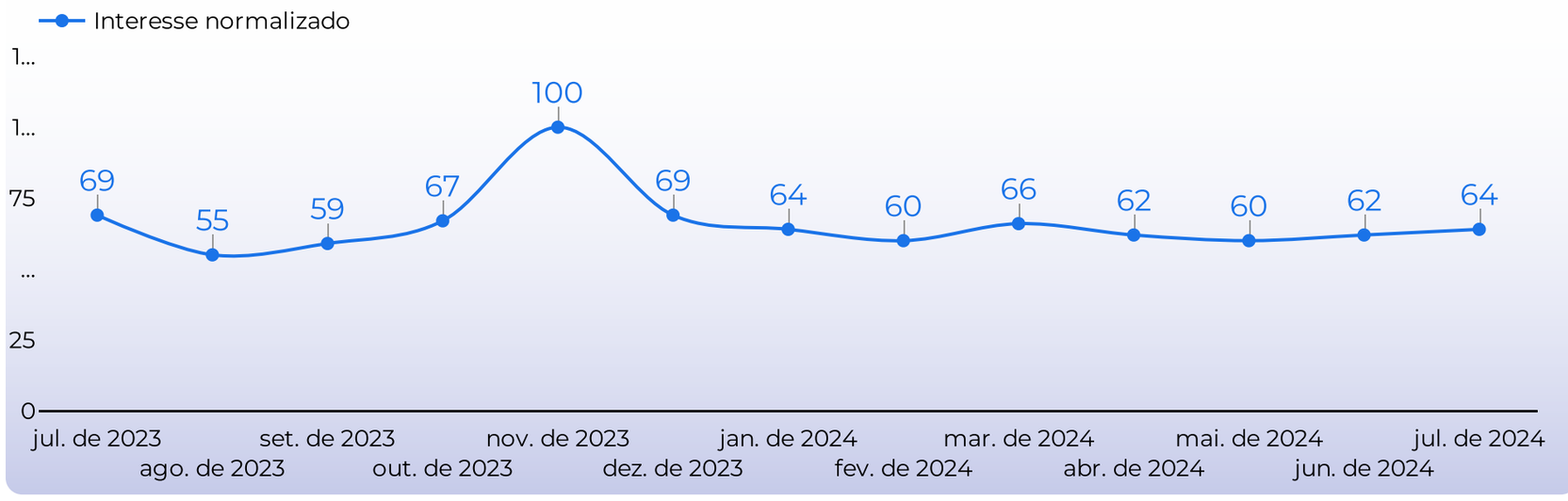
Reconhecimento
Google Trends



Interesse de pesquisa

58

-9.4% de mês anterior



Tendências de pesquisa
Últimos 15 dias

o fazendão
gbarbosa

Termos de pesquisa que mais cresceram no últimos 15 dias.

Tópicos relacionados
Último mês

ventilador de teto
tupan olinda
tupam
olx salvador
mega sena
laser eletro
geladeira frost free
frigelar
fogão 4 bocas

Tópicos de pesquisa que mais cresceram no último mês.

Consultas relacionadas
Cliente

home	100
salvador	55
aracaju	53
recife	48
natal	42
imbiribeira	38
tamarineira	37
joão pessoa	32
paralela	30
barris	30
caruaru	28

Top pesquisas com palavras-chave longtail para o termo

Aprendizados e Insights

Novas Campanhas

- Demand Gen: Salvador e Natal;
- **Display:** João Pessoa, Aracaju e Recife.
- Novos Clientes Pmax: Salvador;

Reconhecimento de marca

Mudanças em Criteo: Mudanças no público de localização das campanhas;
Divisão das campanhas entre Salvador e Demais Regiões;

Mudanças em google ads: Mudança total de meta nas campanhas ativas e nas campanhas extra;
Mudança de CPM nas campanhas extra;

Trends

Pernambuco: Crescimento do termo de busca Tupan Afogados, Magalu e Le Biscuit;

Aumento repentino de buscas:

- Em Pernambuco: Brasilit, Makita, Pia de Banheiro e Porcelanato;

- Na Bahia: Granito, Mangueira, Leroy Merlin e Material de Construção.

- Em Sergipe: Porta e Sofá;

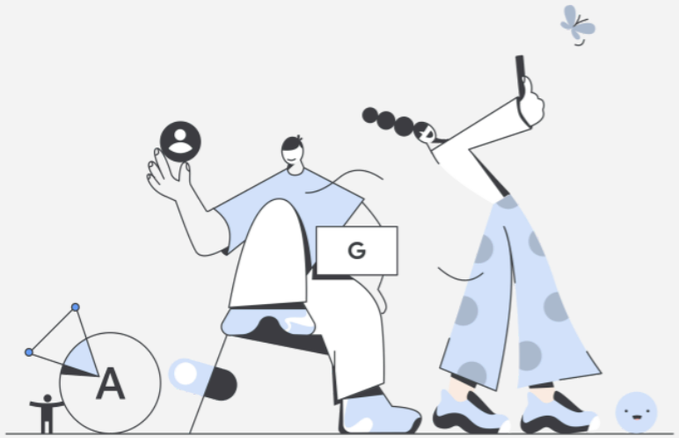
- Na Paraíba: Cadeira, Ventilador e Porta;

- Em RN: Cadeira, Comjol, Ar Condicionado e Leroy Merlin;

Captação lives

- Aumento de custo em todas as captações, sendo necessário pensar em novas estrategias devido a saturação de público;

- Rever criativos de temas, visto que alguns criativos geram poucos engajamentos e leads por ser um produto de baixo desejo.



Próximos Passos

Criativos

- Mudanças em topo: Entrada de campanhas de Demand Gen e Novos Clientes;
- **Vídeos por categorias:** Finalizando as categorias em meio, fundo e criteo;
- **Inicio do Briefing, planejamento e criação de criativos para fundo de funil;**

Reconhecimento de marca

Campanhas de topo e meio: Aumento de 7x no CTR de Meio com um grande aumento de Sessões em branding que devem refletir em midias como Blue, Criteo e no conhecimento do mix de produtos da Ferreira Costa

Novos clientes: Campanha com um custo 80% maior na conversão, cpm 30% mais caro, porém com uma CTR 85% maior e sessões com duração 25% maior;

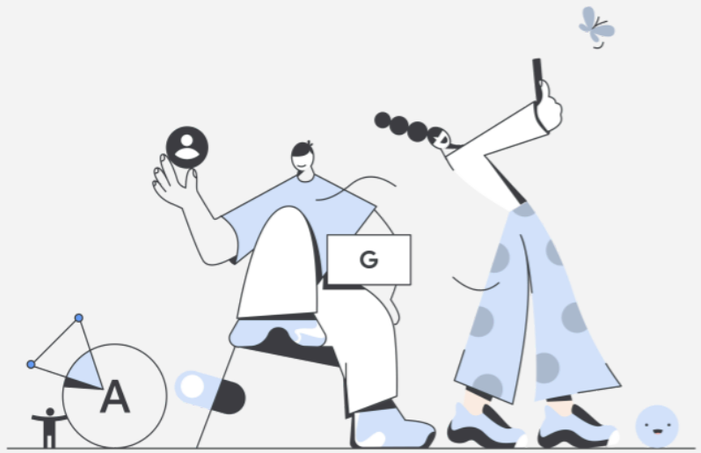
Novas mídias

Logan: Proximity Ads, OOH Ads e novas oportunidades que podem ser alinhadas a midia;

TikTok Ads: Aguardando contato do novo account que será designado para atender a GHFly;

Brand Lift: Planejar e executar um brand lift periodico a fim de entender o crescimento do baseline da marca;

Spotify Ads: Aumento no tempo de campanha do Spotify Ads com o tema de Barris;

Captação lives

- Marcar call com Criteo a fim de trazer para a captação da próxima live;