

# Hypera

Relatório mensal: 03/2022

## Google ADS

Março foi um mês de recuperação, principalmente quando olhamos a segunda quinzena do mês, onde saltamos de um ROI total de **0,89** para **1,76**. Nos fazendo terminar o mês de março com um ROI positivo de **1,27**. Isso representa um crescimento de **22%** comparado ao mês anterior.



Em geral, as campanhas de marketing tiveram um grande crescimento da primeira para a segunda quinzena, impactando positivamente no resultado geral.

| Cliques e impressões |         |               |         |
|----------------------|---------|---------------|---------|
| 01/03 – 16/03        |         | 17/03 – 31/03 |         |
| 2.721.058            | 35.417  | 1.321.662     | 22.600  |
| Impressões           | Cliques | Impressões    | Cliques |

Outro dado interessante é que as campanhas de marketing na segunda quinzena tiveram **48% menos impressões** e **63% menos cliques** do que a primeira quinzena do mês. O que pode nos levar a acreditar que outros fatores levaram a este resultado, como, por exemplo, a volta de produtos em estoque ou usabilidade no website.

## Resultados no mês de março

01/03 – 16/03

| Pedidos                           | Receita   | Custos   | ROI                                 | Ticket médio                                    | CPC  | CPA   | CTR                                   |
|-----------------------------------|---|--|-------------------------------------|---|--|---|---------------------------------------|
| <b>183</b><br>M.A.: 221 (-17.19%) | <b>R\$ 21,00 Mil</b><br>M.A.: R\$ 29,29 Mil (-28.33%) | <b>R\$ 23,69 Mil</b><br>M.A.: R\$ 25,34 Mil (+6.49%) | <b>0,89</b><br>M.A.: 1,16 (-23.35%) | <b>R\$ 114,73</b><br>M.A.: R\$ 132,55 (-13.44%) | <b>R\$ 0,67</b><br>M.A.: R\$ 0,64 (-3.93%) | <b>R\$ 129,47</b><br>M.A.: R\$ 114,64 (-12.93%) | <b>1,30%</b><br>M.A.: 1,99% (-34.49%) |

17/03 – 31/03

| Pedidos                            | Receita  | Custos   | ROI                                  | Ticket médio                                   | CPC   | CPA  | CTR                                 |
|------------------------------------|--|--|--------------------------------------|--|---|--|-------------------------------------|
| <b>253</b><br>M.A.: 106 (+138.68%) | <b>R\$ 33,12K</b><br>M.A.: R\$ 13,04K (+153.97%) | <b>R\$ 18,82K</b><br>M.A.: R\$ 15,37K (-22.5%) | <b>1,76</b><br>M.A.: 0,85 (+107.33%) | <b>R\$ 130,93</b><br>M.A.: R\$ 123,04 (+6.41%) | <b>R\$ 0,83</b><br>M.A.: R\$ 0,52 (-60.11%) | <b>R\$ 74,40</b><br>M.A.: R\$ 144,97 (+48.68%) | <b>1,71%</b><br>M.A.: 1,56% (+9.4%) |

Fora a piora no **CPC**, a segunda quinzena obteve melhores resultados em todos os outros aspectos. Com destaque para queda do **CPA de 43%** e crescimento no **ticket médio de 14%**, comparando os dois períodos.

## Resultados em 2022

### Janeiro

| Pedidos                                  | Receita   | Custos  | ROI                                       | Ticket médio                                    | CPC   | CPA  | CTR  |
|--|---|---|---|---|---|--|--|
| <b>645</b><br>M.A.: (Blank) (+Infinity%) | <b>R\$ 90,30K</b><br>M.A.: (Blank) (+Infinity%) | <b>R\$ 59,04K</b><br>M.A.: (Blank) (-Infinity%) | <b>1,53</b><br>M.A.: (Blank) (+Infinity%) | <b>R\$ 140,00</b><br>M.A.: (Blank) (+Infinity%) | <b>R\$ 0,64</b><br>M.A.: (Blank) (-Infinity%) | <b>R\$ 91,53</b><br>M.A.: (Blank) (-Infinity%) | <b>2,29%</b><br>M.A.: (Blank) (+Infinity%) |

### Fevereiro

| Pedidos                          | Receita   | Custos  | ROI                              | Ticket médio                                   | CPC  | CPA  | CTR                                   |
|----------------------------------|---|---|----------------------------------|--|--|--|---------------------------------------|
| <b>327</b><br>M.A.: 645 (-49,3%) | <b>R\$ 42,34K</b><br>M.A.: R\$ 90,30K (-53,12%) | <b>R\$ 40,70K</b><br>M.A.: R\$ 59,04K (+31,06%) | <b>1,04</b><br>M.A.: 1,53 (-32%) | <b>R\$ 129,47</b><br>M.A.: R\$ 140,00 (-7,52%) | <b>R\$ 0,59</b><br>M.A.: R\$ 0,64 (+7,77%) | <b>R\$ 124,47</b><br>M.A.: R\$ 91,53 (-35,99%) | <b>1,78%</b><br>M.A.: 2,29% (-22,27%) |

### Março

| Pedidos                           | Receita   | Custos   | ROI                                 | Ticket médio                                   | CPC   | CPA  | CTR                                   |
|-----------------------------------|---|--|-------------------------------------|--|---|--|---------------------------------------|
| <b>436</b><br>M.A.: 327 (+33,33%) | <b>R\$ 54,12K</b><br>M.A.: R\$ 42,34K (+27,83%) | <b>R\$ 42,52K</b><br>M.A.: R\$ 40,70K (-4,46%) | <b>1,27</b><br>M.A.: 1,04 (+22,38%) | <b>R\$ 124,13</b><br>M.A.: R\$ 129,47 (-4,12%) | <b>R\$ 0,73</b><br>M.A.: R\$ 0,59 (-24,05%) | <b>R\$ 97,51</b><br>M.A.: R\$ 124,47 (+21,66%) | <b>1,44%</b><br>M.A.: 1,78% (-19,37%) |

### Conclusão

O mês de março da Hypera no Google ADS apresenta um resultado distante dos resultados de janeiro, mas com grande recuperação comparado ao mês de fevereiro.

Essa recuperação se deve principalmente a segunda quinzena do mês de março, que comparada a primeira quinzena do mês, as campanhas de marketing entregaram um aumento no número de pedidos com um maior ticket médio, quanto em simultâneo uma grande queda no CPA, impressões e cliques.

# Hypera

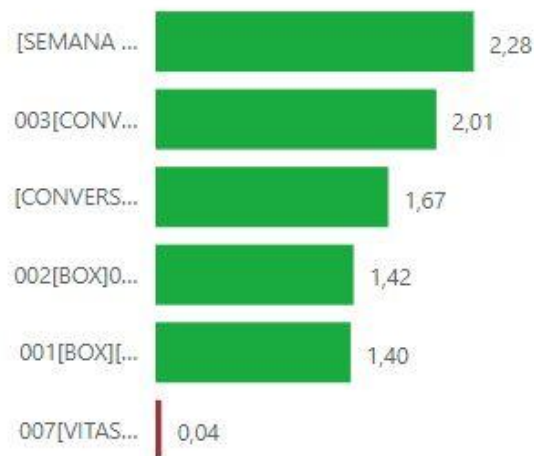
Relatório mensal: 03/2022

## Meta ADS

Assim como no Google ADS às duas quinzenas no mesmo de março foram bastante divergentes uma da outra, onde a segunda quinzena garantiu os resultados sendo melhores que os de fevereiro. Terminando o mês de março com um ROI de **2,79** contra os **1,99** de fevereiro, uma diferença de **40% do mês**

## ROI no mês de março por campanha

01/03 - 16/03



17/03 - 31/03



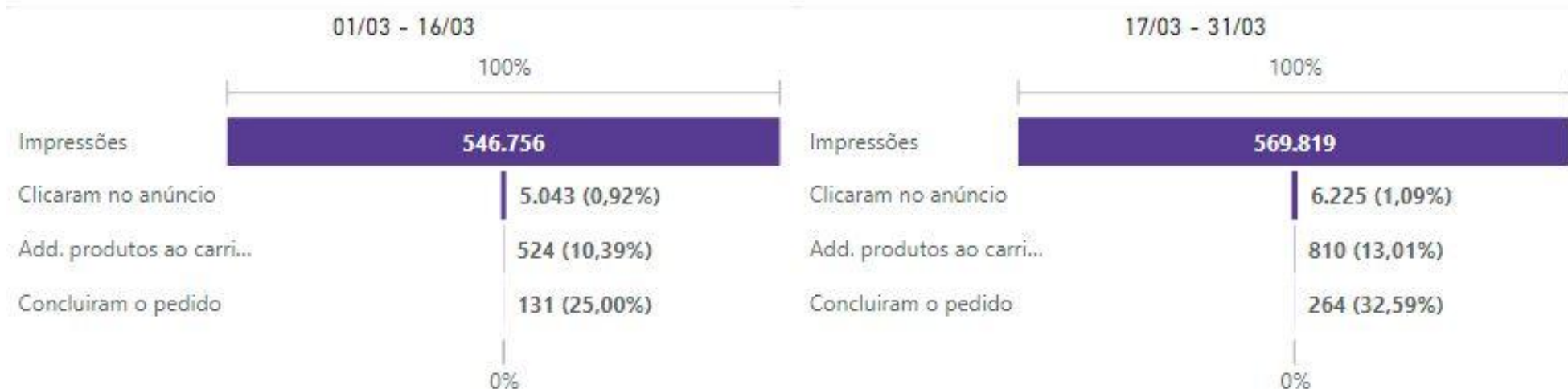
01/03 - 31/03



Campanhas de marketing durante o mês de março

Todas as campanhas de marketing ativas em ambos os períodos obtiveram crescimento no ROI na segunda quinzena do mês

## Funil de vendas



Enquanto o número de impressões subiu **4%**, o número de cliques gerados nos anúncios tiveram um aumento de **24%**. Sendo a campanha de “Skincare” responsável por **42%** do total destes cliques no mês, demonstrando um grande interesse do público na categoria.

Os números de produtos adicionados ao carrinho e pedidos concluídos são ainda mais expressivos, representando um aumento de **55%** e **102%**, respectivamente. Assim como no Google ADS este grande número de conversões em vendas pode estar ligado a outros fatores apresentados anteriormente

# Resultados no mês de março

01/03 – 16/03

| Pedidos                           | Receita                                     | Custos                                    | ROI                                 | Ticket médio                                  | CPC   | CPA   | Abandono de carrinho                  | CTR                                   |
|-----------------------------------|---|---|-------------------------------------|---|---|---|---------------------------------------|---------------------------------------|
| <b>131</b><br>M.A.: 211 (-37.91%) | <b>R\$ 11.225</b><br>M.A.: 28,61K (-60.76%) | <b>R\$ 7.908</b><br>M.A.: 11,56K (+31.6%) | <b>1,42</b><br>M.A.: 2,47 (-42.64%) | <b>R\$ 85,69</b><br>M.A.: R\$ 135,58 (-36.8%) | <b>R\$ 1,57</b><br>M.A.: R\$ 0,84 (-86.53%) | <b>R\$ 60,36</b><br>M.A.: R\$ 54,79 (-10.18%) | <b>75,00%</b><br>M.A.: 73,46% (-2.1%) | <b>0,92%</b><br>M.A.: 0,80% (+15.96%) |

17/03 – 31/03

| Pedidos                           | Receita                                      | Custos                                   | ROI                                  | Ticket médio                                  | CPC  | CPA  | Abandono de carrinho                    | CTR                                   |
|-----------------------------------|--|--|--------------------------------------|---|--|--|---|---------------------------------------|
| <b>264</b><br>M.A.: 93 (+183.87%) | <b>R\$ 33.648</b><br>M.A.: 11,45K (+193.81%) | <b>R\$ 8.160</b><br>M.A.: 8,53K (+4.32%) | <b>4,12</b><br>M.A.: 1,34 (+207.09%) | <b>R\$ 127,46</b><br>M.A.: R\$ 123,14 (+3.5%) | <b>R\$ 1,31</b><br>M.A.: R\$ 0,63 (-106.47%) | <b>R\$ 30,91</b><br>M.A.: R\$ 91,71 (+66.3%) | <b>67,41%</b><br>M.A.: 80,13% (+15.88%) | <b>1,09%</b><br>M.A.: 0,81% (+35.12%) |

A segunda quinzena de março fez 3 vezes a receita da quinzena anterior. Fato devido ao número de pedidos que foram duas vezes maior e o ticket médio de R\$41,77 a mais por pedido no período.

A taxa de abandono de carrinho foi de **75%** para **67%**.

## Resultados em 2022

### Janeiro

| Pedidos                                  | Receita   | Custos  | ROI                                       | Ticket médio                                    | CPC   | CPA  | Abandono de carrinho                     | CTR  |
|--|---|---|---|---|---|--|--|--|
| <b>407</b><br>M.A.: (Blank) (+Infinity%) | <b>R\$ 56.439</b><br>M.A.: (Blank) (+Infinity%) | <b>R\$ 11.467</b><br>M.A.: (Blank) (-Infinity%) | <b>4,92</b><br>M.A.: (Blank) (+Infinity%) | <b>R\$ 138,67</b><br>M.A.: (Blank) (+Infinity%) | <b>R\$ 1,19</b><br>M.A.: (Blank) (-Infinity%) | <b>R\$ 28,17</b><br>M.A.: (Blank) (-Infinity%) | <b>67,41%</b><br>M.A.: 100,00% (+32.59%) | <b>0,83%</b><br>M.A.: (Blank) (+Infinity%) |

### Fevereiro

| Pedidos                           | Receita                                     | Custos                                     | ROI                                 | Ticket médio                                   | CPC  | CPA  | Abandono de carrinho                    | CTR                                  |
|-----------------------------------|---|--|-------------------------------------|--|--|--|---|--------------------------------------|
| <b>304</b><br>M.A.: 407 (-25.31%) | <b>R\$ 40.060</b><br>M.A.: 56,44K (-29.02%) | <b>R\$ 20.089</b><br>M.A.: 11,47K (-75.2%) | <b>1,99</b><br>M.A.: 4,92 (-59.49%) | <b>R\$ 131,78</b><br>M.A.: R\$ 138,67 (-4.97%) | <b>R\$ 1,33</b><br>M.A.: R\$ 0,84 (-57.9%) | <b>R\$ 66,08</b><br>M.A.: R\$ 28,17 (-134.56%) | <b>75,93%</b><br>M.A.: 67,41% (-12.63%) | <b>0,80%</b><br>M.A.: 0,83% (-3.33%) |

### Março

| Pedidos                           | Receita                                     | Custos                                      | ROI                                 | Ticket médio                                    | CPC  | CPA   | Abandono de carrinho                  | CTR                                   |
|-----------------------------------|---|---|-------------------------------------|---|--|---|---------------------------------------|---------------------------------------|
| <b>395</b><br>M.A.: 304 (+29.93%) | <b>R\$ 44.874</b><br>M.A.: 40,06K (+12.02%) | <b>R\$ 16.068</b><br>M.A.: 20,09K (+20.02%) | <b>2,79</b><br>M.A.: 1,99 (+40.05%) | <b>R\$ 113,60</b><br>M.A.: R\$ 131,78 (-13.79%) | <b>R\$ 1,43</b><br>M.A.: R\$ 0,75 (-89.3%) | <b>R\$ 40,68</b><br>M.A.: R\$ 66,08 (+38.44%) | <b>70,39%</b><br>M.A.: 75,93% (+7.3%) | <b>1,01%</b><br>M.A.: 0,80% (+26.14%) |

Seguindo o Google ADS, o Meta ADS apresenta um melhor resultado comparado ao mês anterior, mas ainda abaixo de janeiro.