








Dashboard: Análise da Jornada de Leads, Conversões e Eficiência das Campanhas

Este painel visa analisar profundamente o desempenho das campanhas de marketing digital, com foco na captação de leads, conversão em negócios e eficiência de investimento em todas as etapas do funil. São apresentados KPIs táticos e estratégicos, gráficos de tendência e visualizações com tooltips explicativos para facilitar a interpretação.

KPIs Superiores

1.  **Total de Conversões**
Total absoluto de conversões registradas nas campanhas de captação de leads.
Valor: 80 mil
2.  **Taxa de Conversão das Campanhas**
Percentual de cliques que resultaram em conversões (ações).
Valor: 14,82%
3.  **Total de Leads Captados**
Quantidade de leads identificados com dados de contato.
Valor: 120
4.  **% de Conversões que Viraram Leads**
Proporção entre conversões e leads reais gerados (qualidade da conversão).
Valor: 0,15%
5.  **Custo por Lead (CPL)**
Investimento médio para cada lead captado, independentemente de conversão em negócio real.
Valor: R\$ 2,47 mil
6.  **CPL dos Leads que Fecharam Negócio**
Média de custo por lead que se converteu em venda.
Valor: R\$ 9,87 mil
7.  **CPL dos Leads que Foram Perdidos**
Custo por leads que não se converteram em clientes.
Valor: R\$ 10,96 mil
8. **X % de Leads que Não Fecharam Negócio**
Percentual de leads que foram perdidos no processo de venda.
Valor: 22,5%

9. Investimento em Campanhas com Leads

Soma do investimento em campanhas que geraram leads.

Valor: R\$ 295,97 mil

Tabelas e Gráficos de Análise

Desempenho das Campanhas (Performance)

Apresenta os principais dados por campanha:

- Cliques, Conversões, Taxa de Conversão, Leads Gerados, % Conversão para Lead
- Permite identificar campanhas com maior eficiência de captação

Quantidade de Leads por Estágio do Funil

Distribuição dos leads nas etapas:

- Qualificado, Proposta, Fechado
- Facilita a detecção de gargalos e oportunidades

Resumo Geral das Campanhas com Leads Convertidos em Negócios

Tabela com cruzamento de investimento e resultados reais:

- Investimento, Leads Gerados, CPL, Negócios Fechados, Leads Perdidos, CAC por campanha, ROAS
- Indicador central de retorno sobre investimento publicitário

CPL ao Longo do Tempo

Gráfico de colunas mostra a variação mensal do custo por lead captado. Auxilia no entendimento da eficiência sazonal.

Leads Captados Vs Negócios Fechados (Linha Temporal)

Mostra a relação entre leads captados e vendas mensais ao longo do tempo. Importante para avaliar o tempo de ciclo de conversão.

Funil Final de Leads (Rosca)

Resumo visual dos leads por status:

- Em Aberto (Leads em fase de propostas e qualificação) (52,5%), Ganhou (negócio fechado) (25%), Perdido (perdeu negócio) (22,5%)
- Permite visualização direta da eficiência do funil

Decomposição de Leads por Campanha, Status e CPL

Tabela cruzada que mostra:

- Qual campanha gerou quais leads
 - Em que status estão
 - Quanto custaram por status de negócio
 - Eficiência de conversão (CPL)
-

Funcionalidade de Tooltips Ativos

- Utilizados em KPIs e gráficos para explicar métricas com contexto
 - Melhoram a experiência de leitura e entendimento para decisores
-

Conclusões Estratégicas

- 0,15% das conversões se tornaram leads reais.
- 100% dos negócios fechados vieram de apenas duas campanhas.
- O investimento em campanhas com leads representa 33% do total, mas geraram todo o retorno.
- CPL dos leads que fecharam negócio é inferior ao dos que foram perdidos, reforçando a importância da qualificação.
- O dashboard permite identificar gargalos, ineficiências e oportunidades com clareza, apoiando a tomada de decisão com foco em ROI.