

## Detalhando o Dashboard de Campanhas de Marketing

Este dashboard oferece uma **visão abrangente da performance de campanhas** digitais, com foco em **custos, conversões, eficiência e criativos utilizados**. Os indicadores principais são complementados por **tabelas interativas e tooltips (dicas de ferramenta)** que trazem informações contextuais e estratégicas.

---

### KPIs Superiores

#### 1. 💰 **Custo Total das Campanhas**

Total investido em mídia paga nas campanhas avaliadas.

→ Valor: **R\$ 890,42 Mil**

#### 2. 🎯 **Total de Conversões**

Quantidade de eventos convertidos (cadastros, compras etc.)

→ Total: **263 Mil**

#### 3. 📊 **Taxa de Conversão das Campanhas**

Fórmula:  $\text{Conversões} \div \text{Cliques}$

→ Valor médio: **15,33%**

#### 4. 🏠 **CPA Médio (Custo por Aquisição)**

Fórmula:  $\text{Custo} \div \text{Conversões}$

→ Valor médio: **R\$ 3,39**

---

### 📄 Tabelas com Desempenho por Campanha

#### ■ Desempenho de Campanhas (Custos)

Mostra o **investimento e custos derivados** por campanha:

- **Custo Total**
- **CPM** (por mil impressões)
- **CPC** (por clique)
- **CPA** (por aquisição)

### **Tooltip Ativo:**

Ao passar o mouse sobre os valores desta tabela, o **tooltip** **exibe informações adicionais**, como:

- **% do orçamento total destinado à campanha**
- **Custo por lead gerado**
- **Comparação com a média geral da campanha**

*Essas informações complementares **ajudam a contextualizar os custos unitários em relação ao total investido.***

---

### **Desempenho de Campanhas (Performance)**

Essa tabela mostra os resultados alcançados pelas campanhas:

- **Impressões**
- **Cliques**
- **CTR** (click-through rate)
- **Conversões**
- **Taxa de conversão**

Essa tabela é **ideal para comparar o impacto das campanhas e a taxa de engajamento obtida.**

---

### **Gráficos Temporais e Criativos**

#### **Volume de Conversões ao Longo do Tempo**

- Evolução mensal da quantidade de conversões.
- Março se destacou com **97 Mil conversões**.

#### **Custo das Campanhas ao Longo do Tempo**

- Investimento mensal em campanhas.
- Março: **maior gasto com R\$ 308 Mil**, com retorno proporcional em conversões.

#### **Custo por Aquisição (CPA) ao Longo do Tempo**

- Avaliação da eficiência dos investimentos por mês.

- **Redução contínua** de CPA indica maior eficiência.
- 

### **Conversão por Criativo**

Compara a performance de diferentes tipos de anúncios:

- **Vídeos, imagens, carrosséis e stories**
- "Criativo Vídeo 2" é o mais eficaz, com **37 Mil conversões**

### **Tooltip Ativo:**

Ao passar o cursor sobre cada barra, é exibido informações adicionais sobre o desempenho de cada criativo ao longo dos meses, mostrando quais criativos se mostraram eficazes e quais afetaram alguns números finais, como o CPA.

*Essa camada extra de contexto ajuda a entender **por que certos criativos performam melhor.***

---

### **Conclusões Estratégicas:**

- Março trouxe o **melhor retorno em conversões** com **redução de CPA**.
- Campanhas como **Webinar Gratuito** e **Geração de Leads B2B** lideram em eficiência.
- **Tooltips enriquecem a leitura dos dados**, explicando variações e focos de cada campanha ou criativo