A solução trata de ser uma ferramenta para acompanhamento de Lançamentos Clássicos de venda on line, para uma área operacional, dar subsídio a áreas de vendas e de trafego, na coordenação de vendas de um curso on line para professores.

A captura dos interessados é feita através da área de tráfego pago, que envia para um site, os interessados que viram Leads, ao se inscrever em lista de interessado.

Após essa transformação, os leads são orientados a preencher pesquisas, a primeira é um check in, depois podem ocorrer outros tipos de pesquisas para definição do avatar.

Essas pesquisas colhem dados, que serão usados para calcular o score e o MQL, dos Leads, para orientar as areas envolvidas.

O processo inicial é composto por duas planilhas Google sheets (Inscrição e Check in) alimentadas por api via N8N. Essas planilhas possuem action script que a cada alteração, gravam os dados no BD do supabase.

A planilha de Check in, além de efetuar a gravação na tabela de respostas, também efetua o cálculo do score e do MQL\_score, e grava os valores na tabela Leads.

Existe uma pagina de Importação(contingência), onde deve existir funções de Importação de planilhas de Inscrição e de Check in, no mesmo botão, tendo duas funções no mesmo botão. por isso as funções devem ser projetadas para serem aproveitadas nos dois modos (importação via planilha, ou via contingencia).

**Especificação Técnica e Guia de Implementação: Dashboards de Análise de Lançamentos**

**1. Visão Geral do Projeto**

**Objetivo:** Desenvolver um conjunto de dashboards analíticos para monitorizar e analisar a performance de lançamentos de cursos online. O sistema deve fornecer uma visão clara sobre a aquisição de leads, canais de marketing, performance de campanhas e o perfil dos alunos.

**Público-alvo deste documento:** Desenvolvedores (ex: na plataforma Lovable AI) encarregados de manter, evoluir ou recriar esta solução.

**2. Arquitetura da Solução Adotada**

Para garantir a **consistência dos dados**, **performance** e **manutenção simplificada**, foi implementada uma arquitetura onde a lógica de negócio complexa é centralizada no backend (Banco de Dados Supabase) .

**Princípio Fundamental: O Backend como "Fonte Única da Verdade"**

* **Lógica no Backend:** Todas as regras de negócio, como a classificação de tráfego (Pago, Orgânico, Não Traqueado) e a agregação de dados (cálculos diários, totais por campanha), devem ser implementadas diretamente no Supabase através de **Funções de Banco de Dados (RPC)**.
* **Frontend Responsável pela Exibição:** O frontend ) é responsável apenas por:
  1. Chamar as funções RPC apropriadas, passando os filtros necessários (ex: ID do lançamento).
  2. Receber os dados já calculados e agregados.
  3. Exibir esses dados em KPIs,cartões, tabelas e gráficos.

Esta abordagem evita a duplicação de lógica, previne inconsistências entre diferentes dashboards e otimiza a performance, pois os cálculos pesados são executados pelo servidor de banco de dados, que é otimizado para isso.

**3. Especificações do Backend (Funções no Supabase).**

As seguintes funções SQL (RPC) devem ser a base para qualquer nova implementação.

**3.1. Classificação e Detalhamento de Canais**

* **Objetivo:** Retornar uma lista de todos os leads de um lançamento, com uma coluna adicional tipo\_trafego que já classifica cada lead.
* **Lógica de Classificação tipo\_trafego:**
  + **'organic'**: Onde LOWER(TRIM(utm\_source)) é exatamente 'organic'.
  + **'untracked'**: Onde utm\_source é nulo, vazio, ou contém os placeholders '{:utm\_source}', '{{site\_source\_name}}', etc.
  + **'paid'**: Todos os outros casos.
* **Parâmetros:**
  + launch\_id\_param: O ID do lançamento a ser analisado.
  + p\_limit, p\_offset: Para suportar a paginação e carregar um grande volume de leads.
* **Uso:** Utilizada pela página **"Detalhamento dos Canais"**.

**3.2. Resumo Diário e KPIs Gerais**

* **Função:** get\_resumo\_diario\_dashboard(launch\_id\_param)
* **Objetivo:** Calcular e retornar, numa única chamada, todos os dados necessários para a página "Resumo Diário".
* **Lógica Interna:**
  1. Utiliza a mesma lógica de classificação de tráfego descrita no ponto 3.1.
  2. Calcula os KPIs gerais (Total de Inscrições, Total de Check-ins, e totais por tipo de tráfego).
  3. Agrega todos os leads por dia, calculando as inscrições, check-ins e a quebra por tipo de tráfego para cada dia.
  4. Retorna um único objeto JSON contendo uma chave kpis com os totais e uma chave dailyData com o array de dados diários.
* **Uso:** Utilizada pela página **"Resumo Diário do Lançamento"**.

**3.3. Análise de Campanhas e Criativos**

* **Função:** get\_kpis\_campanha(launch\_id\_param)
  + **Objetivo:** Calcular os KPIs específicos desta página (Totais Gerais e Totais de Tráfego Pago).
* **Função:** get\_filtros\_campanha(launch\_id\_param)
  + **Objetivo:** Retornar uma lista de todos os utm\_campaign únicos e, para cada um, uma lista de utm\_term associados, para popular os filtros da página.
* **Função:** get\_performance\_campanha(launch\_id\_param, campaign\_filter, term\_filter)
  + **Objetivo:** Retornar os dados agregados de performance (inscritos e check-ins) agrupados por utm\_campaign e utm\_term, com base nos filtros selecionados pelo utilizador.
* **Uso:** Todas utilizadas pela página **"Análise de Campanhas e Criativos"**.

**4. Especificações do Frontend (Páginas e Componentes)**

**4.1. Princípios Gerais**

* **Seleção de Lançamento:** Todas as páginas devem ter um seletor de lançamento que, ao ser alterado, dispara uma nova busca de dados.
* **Estado de Carregamento (isLoading):** É crucial mostrar um feedback visual (ex: um spinner) enquanto os dados estão a ser buscados, para informar o utilizador.
* **Proteção Contra "Race Conditions":** Para páginas que buscam um grande volume de dados em lotes (paginação), é **mandatório** implementar um mecanismo para cancelar ou ignorar buscas antigas. A abordagem recomendada é usar a função de limpeza do useEffect para invalidar os resultados de chamadas que já não são as mais recentes.

**4.2. Páginas Desenvolvidas**

* **Detalhamento dos Canais:**
  + **Funcionalidade:** Exibe KPIs gerais e KPIs específicos para um tipo de tráfego (Pago, Orgânico, Não Traqueado). Mostra uma tabela detalhada com os leads do tráfego selecionado.
  + **Fonte de Dados:** Chama a função get\_leads\_para\_detalhamento em loop (com paginação) e faz os cálculos de KPI no lado do cliente (useMemo) após receber todos os dados.
* **Resumo Diário do Lançamento:**
  + **Funcionalidade:** Exibe KPIs gerais e por tipo de tráfego. Mostra uma tabela com a evolução diária de leads, check-ins e a quebra por tráfego. Apresenta dois gráficos com a evolução diária.
  + **Fonte de Dados:** Faz uma única chamada à função get\_resumo\_diario\_dashboard e renderiza os dados pré-calculados que ela retorna.
* **Análise de Campanhas e Criativos:**
  + **Funcionalidade:** Exibe KPIs gerais e de tráfego pago. Apresenta filtros em cascata para utm\_campaign e utm\_term. Uma tabela mostra os resultados da pesquisa, agrupando os termos sob a sua campanha.
  + **Fonte de Dados:** Chama get\_kpis\_campanha e get\_filtros\_campanha no carregamento inicial. Ao clicar em "Pesquisar", chama get\_performance\_campanha com os filtros selecionados.
  1. **Imagem de Fundo:** A imagem do diploma é carregada e desenhada no canvas.
  2. **Fonte Personalizada:** Uma fonte manuscrita (ex: 'Great Vibes' do Google Fonts) é carregada na página.

Seria colocar 2 grupos de KPIs, com Inteligencia nos KPIs, para alterar os dados da dashboard de Análise de Respostas,

Atualmente essa dash mostra os dados das respostas de acordo com o lançamento escolhido no dropdown.  
Já existe na solução uma rotina para importação de compradores. Esses dados, dão utilizados para calculos dos pesos das respostas. só que seriam considerados somente as perguntas respondidas por compradores.

Num grupo de KPIs, (que já existe) são exibidos os dados do lançamento selecionado.  
  
Num grupo de KPIs( a ser implementado) seria mostrados os totais de compradores, só a Taxa de Conversão nos compradores. seria em relação aos inscritos, ou seja, é compradores x inscritos.  
  
Adicionar um controlo para alternar a visualização entre "Todos (Check-in)" e "Apenas Compradores" na mesma página torna o dashboard mais poderoso, interativo e evita a duplicação de código. Estou totalmente de acordo, e vamos implementar isso.