

Analise mensal Oticas Amanda - Junho 2026 completo

Analise interna da Norte. Conta act_1406470143449054. Período: 01/06 a 30/06/2026. Gerada em 02/07/2026.
Fonte principal: Meta Marketing API. Fonte complementar: Supabase Leads_amanda, valido apenas de 01/06 a 11/06.

TL;DR

- Junho foi melhor que maio em eficiencia de midia: **R\$ 1.230,39 investidos geraram 306 conversas no WhatsApp a R\$ 4,02 cada**. Em maio foram 259 conversas a R\$ 7,12. Ou seja, junho trouxe **18% mais conversas com 33% menos investimento**.
- O custo por conversa caiu **43,5% vs maio**. CTR subiu de 1,56% para 1,85%, CPC caiu de R\$ 0,97 para R\$ 0,63 e CPM caiu de R\$ 15,17 para R\$ 11,58.
- O motor do mes foi o criativo de **oferta R\$ 349**. Somando as duas versoes principais, ele respondeu por R\$ 967,80 de gasto e 287 conversas, praticamente todo o volume do mes.
- A reestruturacao de 13/06 trouxe um custo maior por conversa, mas ainda saudavel: a campanha antiga fez R\$ 2,61 por conversa; a campanha de oferta nova fez R\$ 5,65; a campanha de conteudo/dor fez R\$ 21,56.
- O funil do Supabase nao fecha o mes completo. Ele tem 248 leads classificados ate 11/06, os mesmos do relatorio parcial, e nao registra novos primeiros contatos depois disso. Portanto, a leitura de produto, objecao e atendimento fica limitada ao periodo 01/06 a 11/06.
- Sem dado confiavel de venda real em junho. O relatorio mede geracao de demanda no WhatsApp, nao ROAS.

1. Meta Ads

KPI	Junho completo	Maio completo	Leitura
Investimento	R\$ 1.230,39	R\$ 1.844,24	-33,3% de gasto
Conversas iniciadas	306	259	+18,1% de volume
Custo por conversa	R\$ 4,02	R\$ 7,12	-43,5%
Alcance	56.895	62.497	menor alcance, mais eficiente
Impressoes	106.292	121.576	menor pressao de entrega
Frequencia	1,87	1,95	saudavel
CTR	1,85%	1,56%	melhorou
CPC	R\$ 0,63	R\$ 0,97	melhorou
CPM	R\$ 11,58	R\$ 15,17	melhorou

Engajamento de conversa: 298 pessoas deram primeira resposta e 208 conversas chegaram a 5 ou mais mensagens. Isso confirma que o clique virou atendimento, nao apenas toque acidental.

2. Por campanha

Campanha	Gasto	Conversas	R\$/conversa	Leitura
CAMPANHA DOR/CONTEUDO JUN 2026	R\$ 538,53	206	R\$ 2,61	Motor inicial do mes. Custo excepcional, mas concentrado demais no AD2 de oferta.

Campanha	Gasto	Conversas	R\$/conversa	Leitura
OFERTA OCULOS R\$349 · JUN 2026	R\$ 519,36	92	R\$ 5,65	Estrutura nova, custo maior que a antiga, ainda bom vs benchmark.
CONTEUDO/DOR · JUN 2026	R\$ 172,50	8	R\$ 21,56	Cumprir papel de conteudo, mas fraco para gerar conversa direta.
Total	R\$ 1.230,39	306	R\$ 4,02	Junho fechou saudavel em topo de funil.

A historia do mes e simples: o algoritmo encontrou conversa barata no angulo de preco. A decisao estrategica continua sendo nao depender so disso, porque a Amanda quer sair da guerra de preco e puxar dor/multifocal. Mas como aquisicao de conversa, o mes foi forte.

3. Por anuncio

Anuncio	Campanha	Gasto	Conversas	R\$/conversa	Leitura
AD2 - Oferta R\$ 349	Campanha antiga	R\$ 484,31	201	R\$ 2,41	Vencedor absoluto do mes.
AD2 - Oferta R\$ 349	Oferta nova	R\$ 483,49	86	R\$ 5,62	Mantem volume, mas com custo maior no recorte novo.
AD6 - Filtro Azul	Conteudo/Dor	R\$ 66,05	4	R\$ 16,51	Recebeu entrega, mas nao virou conversa barata.
AD3 - Visagismo	Conteudo/Dor	R\$ 52,16	4	R\$ 13,04	CTR bom, pouco volume.
AD7 - Copa do Mundo	Conteudo/Dor	R\$ 43,31	0	n.a.	Gastou sem conversa. Foi correto pausar/repensar depois.
AD1 - Exame de Vista 06/06	Campanha antiga	R\$ 43,14	4	R\$ 10,79	Sazonal, cumpriu papel de apoio.
AD8 - Oferta R\$349 Copa	Oferta nova	R\$ 35,87	6	R\$ 5,98	Amostra pequena, mas custo aceitavel.

4. Funil WhatsApp, apenas 01/06 a 11/06

O Supabase tem 248 leads classificados em junho, mas todos com primeiro contato entre 01/06 e 11/06. Depois disso, nao ha novos first_contact_at no mes, apesar da Meta registrar conversas. Portanto, esta secao nao deve ser lida como junho completo.

Estagio	n	%
interessado	111	44,8%
sem_resposta	81	32,7%
agendou_visita	27	10,9%
curioso	20	8,1%
fechou*	9	3,6%

*fechou aqui e classificacao automatica do Haiku, nao venda confirmada no sistema. Nenhum manual_out come foi registrado no periodo.

Taxa de qualificacao no periodo disponivel: $147/248 = 59,3\%$, praticamente igual a maio. Atribuicao capturada: 139 leads com CTWA rastreado e 109 sem atribuicao.

Produto de interesse no periodo disponivel:

Produto	n	%
desconhecido	175	70,6%
exame	34	13,7%
visao_simples	19	7,7%
multifocal	17	6,9%
sol	3	1,2%

Leitura: mesmo no periodo em que o funil estava capturando, o angulo de R\$ 349 puxou mais conversa de entrada do que demanda clara de multifocal. Isso confirma o risco ja visto no parcial de 11/06: o anuncio e otimo para volume, mas nao prova sozinho que estamos trazendo o mix mais valioso da loja.

5. Ressalvas importantes

- Sem leitura de venda real.** Ainda nao existe cruzamento maduro entre sistema de gestao, Supabase e Meta. Nao calcular ROAS de junho.
- Captura WhatsApp incompleta depois de 11/06.** Meta mostra 306 conversas no mes, mas Supabase nao registra novos primeiros contatos depois de 11/06. Isso precisa virar checagem tecnica da Evolution/n8n ou do criterio de captura.
- O Pix/saldo afetou entrega no fim do mes.** A conta ficou sem saldo em parte do periodo, com pico de gasto no fim por causa de budget vitalicio e prazo longo. Isso ja foi tratado na reestruturacao de 02/07.

6. Leitura final

Junho foi um mes bom de midia: mais conversa, menor custo e audiencia ainda saudavel. O problema nao esta no topo do funil. O problema esta em tres pontos:

- Dependencia da oferta R\$ 349.** Ela compra conversa barata, mas pode puxar lead de menor ticket.
- Conteudo/dor ainda nao ganhou tracao.** A campanha separada ficou cara em conversa e com pouca distribuicao entre criativos.
- Dado de fundo de funil esta incompleto.** Sem venda real e com Supabase parado depois de 11/06, nao da para validar qualidade economica do lead.

A reestruturacao feita em 02/07, com campanha guarda-chuva CBO e piso para conteudo/dor, faz sentido com base nesses dados: deixa o algoritmo continuar buscando conversa barata, mas preserva verba minima para os angulos que constroem a tese de multifocal/dor.

Fonte: Meta Marketing API, conta act_1406470143449054, periodo 01/06 a 30/06/2026, puxado em 02/07/2026. Supabase leads_amanda consultado em 02/07/2026, com dados de primeiro contato apenas ate 11/06/2026.