

RELATÓRIO DE CAMPANHA

# ILUMINATEL

O que a campanha de iluminação entregou em exposição, atendimento e venda, quanto custou no Meta e no Google e o retorno pela régua do portal.

PERÍODO

08 a 17 de setembro de 2026

MÍDIA DA AÇÃO

R\$ 14.450 no Meta e no Google

PRAÇA

Fortaleza e Juazeiro do Norte

POR

Miner



# A CAMPANHA EM NÚMEROS

**08 A 17 DE SETEMBRO**

Exposição, conversa, mídia e venda, com a régua do portal.

**215.508**

VISUALIZAÇÕES NO PERFIL

posts e stories na janela

**1.700**

CONVERSAS NA JANELA

▲ +14,2% vs 10 dias antes

**R\$ 14.450**

MÍDIA DA AÇÃO

Meta e Google, com a corporativa

**R\$ 486.250**

VENDA NO PORTAL

varejo e corporativa, até 15/09

## O CUSTO E O RETORNO

**R\$ 14,53 por conversa**

572 conversas abertas pelas 44 campanhas no Meta, 2 delas da Venda Corporativa.

**Retorno de 24,4 por real**

Venda do portal ÷ Meta e Google de 01 a 15/09. Só com o Meta: 34,6.

**27% da meta do mês**

R\$ 486.250 de R\$ 1.800.000: 28% no varejo e 24% na corporativa, com 13 de 26 dias de venda.

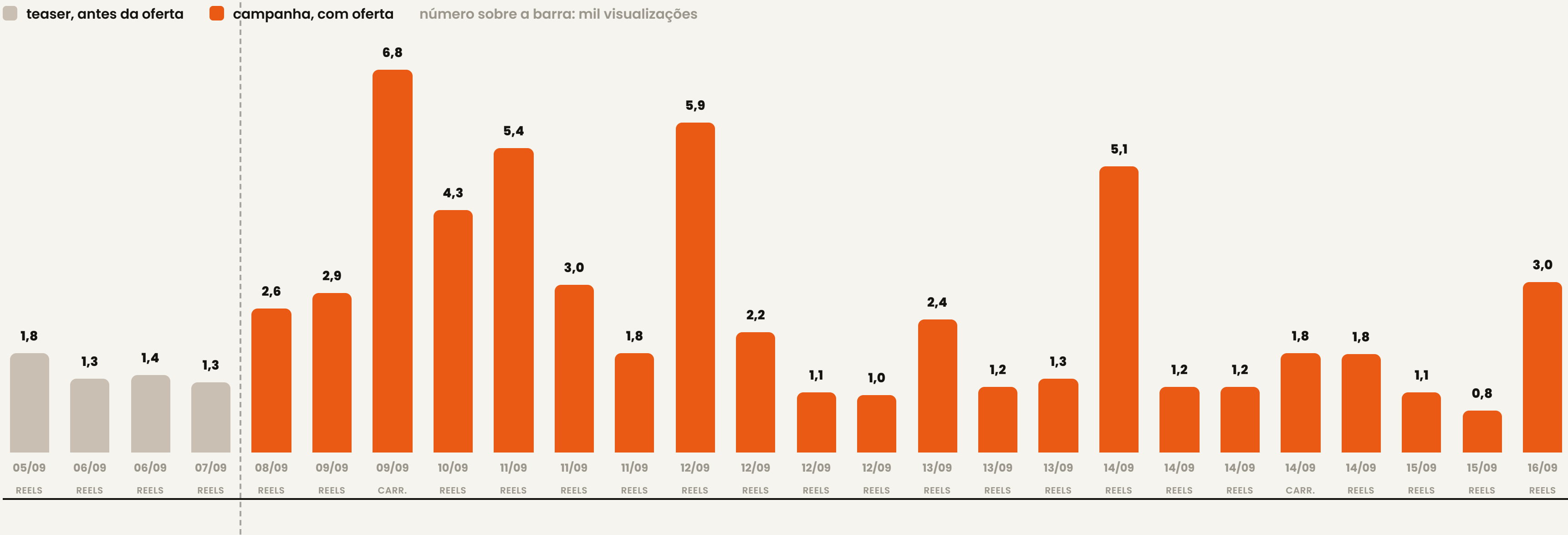
FONTE · Instagram, @normatel.homecenter · Meta Ads · Google Ads, via Reportei · Omnicat · Portal Normatel, apurado do varejo digital e da venda corporativa

# COMO A CAMPANHA RODOU

As 26 peças do perfil em ordem, a mídia dia a dia e o que rodou no Meta e no Google.

# AS 26 PEÇAS DO PERFIL, EM ORDEM

Do primeiro teaser em 5 de setembro à última peça em 16 de setembro. A altura de cada barra é quantas vezes a peça foi vista; os posts do perfil que não eram da campanha ficam de fora.



FONTE · Instagram Graph API, @normatel.homecenter · visualizações de cada publicação

# A MÍDIA DA ILUMINATEL, DIA A DIA

R\$ 14.450 em dez dias: R\$ 8.309 no Meta, R\$ 1.206 deles da Venda Corporativa, e R\$ 6.142 no Google. A mídia teve o pico em 14 e 15/09, quando a oferta voltou ao ar.

Meta Google sobre a barra: mídia do dia · embaixo: conversas abertas pelo Meta



08 A 10/09 · ABERTURA

**R\$ 2.244**

R\$ 1.483 no Meta · R\$ 761 no Google · 99 conversas

3 campanhas de oferta no ar; as últimas saem em 10/09 às 15h.

11 A 13/09 · PAUSA

**R\$ 779**

R\$ 779 no Meta · R\$ 0 no Google · 38 conversas

Sem anúncio de oferta e sem gasto no Google; seguiram outras ofertas e a Venda Corporativa no Meta.

14 E 15/09 · RETOMADA

**R\$ 9.201**

R\$ 4.107 no Meta · R\$ 5.094 no Google · 263 conversas

29 campanhas de oferta entram no ar e o Google volta a gastar.

16 E 17/09 · RETA FINAL

**R\$ 2.226**

R\$ 1.939 no Meta · R\$ 287 no Google · 172 conversas

Os dark posts param em 16/09 às 7h39; o resto sai do ar em 17/09 às 15h.

FONTE · Meta Ads, conta act\_856454918350665, gasto e conversas por dia, com as campanhas da Venda Corporativa · Google Ads, conta 371-494-2729, via Reportei (a mesma fonte do investimento no portal)

# AS 44 CAMPANHAS NO META

Tudo o que rodou de 08 a 17/09 entra na conta da ação: 32 campanhas falavam de iluminação, 10 de outras ofertas e parceiros e 2 eram da Venda Corporativa. Juntas abriram 572 conversas, R\$ 14,53 cada.

| GRUPO                                                           | CAMPANHAS |             | GASTO     | CONVERSAS | POR CONVERSA |
|-----------------------------------------------------------------|-----------|-------------|-----------|-----------|--------------|
| Oferta de iluminação<br>o nome fala da Iluminatel ou do produto | 32        | <div></div> | R\$ 5.635 | 399       | R\$ 14,12    |
| Feed da marca                                                   | 20        | <div></div> | R\$ 3.480 | 221       | R\$ 15,75    |
| Criadoras                                                       | 8         | <div></div> | R\$ 1.592 | 158       | R\$ 10,07    |
| Dark posts                                                      | 4         | <div></div> | R\$ 563   | 20        | R\$ 28,17    |
| Outras ofertas e parceiros<br>no ar na mesma janela             | 10        | <div></div> | R\$ 1.468 | 160       | R\$ 9,17     |
| Venda Corporativa<br>cadastro de empresas, B2B                  | 2         | <div></div> | R\$ 1.206 | 13        | R\$ 92,78    |
| Total da ação no Meta<br>toda a mídia da janela                 | 44        | <div></div> | R\$ 8.309 | 572       | R\$ 14,53    |

ENTORNO DAS 11 LOJAS

338

conversas de 24 campanhas, com R\$ 3.977: R\$ 11,77 cada

JUAZEIRO DO NORTE

228

conversas de 16 campanhas, com R\$ 3.379: R\$ 14,82 cada

OUTRAS PRAÇAS

6

Ceará e entorno da loja da Av. Godofredo Maciel: 4 campanhas, com R\$ 953: R\$ 159 cada

AS QUE MAIS ABRIRAM CONVERSA

Dark post Intelbras

Juazeiro do Norte · R\$ 354

49

Tati Malta · Uma arandela pode...

entorno das 11 lojas · R\$ 211

41

Ventilador com controle

entorno das 11 lojas · R\$ 338

39

Mais tranquilidade para...

entorno das 11 lojas · R\$ 334

33

Parceiro · Mais agilidade e...

entorno das 11 lojas · R\$ 335

29

Luminária de Emergência

entorno das 11 lojas · R\$ 208

29

Tati Malta · Iluminatel com oferta...

Juazeiro do Norte · R\$ 199

29

Tati Malta · Uma arandela pode...

Juazeiro do Norte · R\$ 202

26

FONTE · Meta Ads, conta act\_856454918350665, gasto e conversas iniciadas de 08 a 17/09 · praça lida da segmentação de cada campanha

# O GOOGLE NA MESMA JANELA

7 campanhas de varejo gastaram R\$ 6.142 na janela, todas contadas na ação. O pico foi em 14 e 15/09, os mesmos dias do pico no Meta.

| CAMPANHA                                   |             | GASTO     | IMPRESSIONES | CLIQUEs | CONVERSÕES    |
|--------------------------------------------|-------------|-----------|--------------|---------|---------------|
| Shopping · Pisos e revestimentos           | <div></div> | R\$ 1.391 | 53.968       | 1.206   | 9,1           |
| Performance Max · Tintas e acessórios      | <div></div> | R\$ 1.176 | 50.411       | 1.085   | 4,1           |
| Performance Max · Tintas e acessórios #2   | <div></div> | R\$ 1.165 | 47.094       | 1.104   | sem conversão |
| Performance Max · Hidráulica               | <div></div> | R\$ 1.149 | 39.649       | 1.244   | 6,0           |
| Performance Max · Iluminação               | <div></div> | R\$ 1.103 | 46.768       | 1.139   | 3,3           |
| YouTube · Iluminatel                       | <div></div> | R\$ 106   | 9.033        | 24      | sem conversão |
| Performance Max · Pisos e revestimentos #2 | <div></div> | R\$ 51,23 | 7.872        | 409     | 24,0          |
| Total no Google                            |             | R\$ 6.142 | 254.795      | 6.211   | 46,5          |

GASTO NO GOOGLE

R\$ 6.142

7 campanhas de varejo, de 08 a 17/09

CLIQUEs

6.211

254.795 impressões

DIAS SEM GASTO

10/09 a 13/09

o Google não gastou nesses dias da janela

Conversão aqui é a do Google, contada pela própria plataforma. As cinco Performance Max saíram do ar em 15/09 e a Shopping de pisos foi pausada em 16/09.

FONTE · Google Ads, conta 371-494-2729, via Reportei (a mesma fonte do investimento no portal), gasto, impressões, cliques e conversões de 08 a 17/09

# AS SEIS PEÇAS QUE PUXARAM

Somam 30.652 visualizações, 53% do que as 22 peças da campanha somaram. Cinco das seis são reels; a mais vista é um carrossel de 09/09.

1º - 09/09 - CARROSSEL



**6.837 views**  
2.835 contas · 104 interações

Na Iluminatel tem a iluminação certa pra transformar cada ambiente 💡 ...

2º - 12/09 - REELS



**5.888 views**  
3.840 contas · 96 interações

Iluminação bonita e sem forro de gesso? Sim! 💡 Painéis LED de...

3º - 11/09 - REELS



**5.437 views**  
3.770 contas · 175 interações

Mais praticidade pra iluminar o closet do seu jeito. O Painei LED...

4º - 14/09 - REELS



**5.116 views**  
3.660 contas · 74 interações

Uma arandela pode mudar completamente a atmosfera do

5º - 10/09 - REELS



**4.338 views**  
3.072 contas · 114 interações

Uma iluminação pra cada momento 💡 O Painei LED Dual Color Taschibra...

6º - 16/09 - REELS



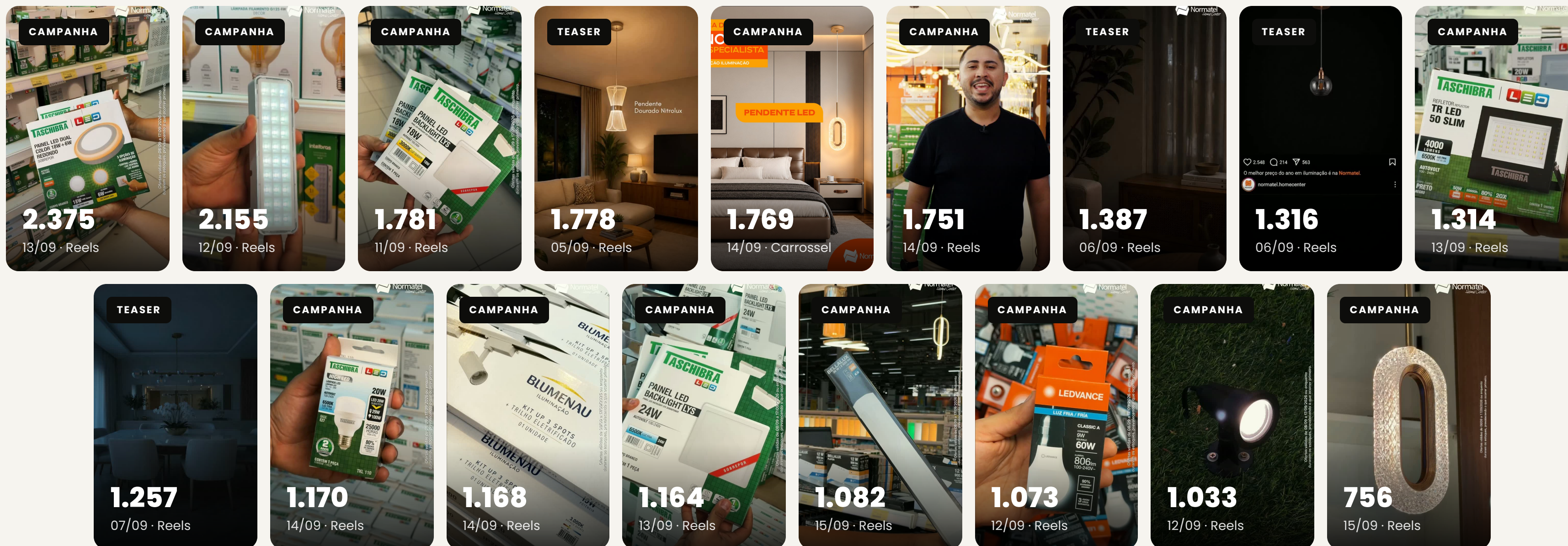
**3.036 views**  
2.294 contas · 77 interações

Lâmpada de filamento também é decoração. Quer ver? ✨ Com vidro

FONTE · Instagram Graph API, @normatel.homecenter · imagens no maior tamanho que a API entrega

# AS OUTRAS PEÇAS DO PERFIL

O restante da campanha no perfil e os teasers, da maior para a menor audiência. O número é de visualizações.



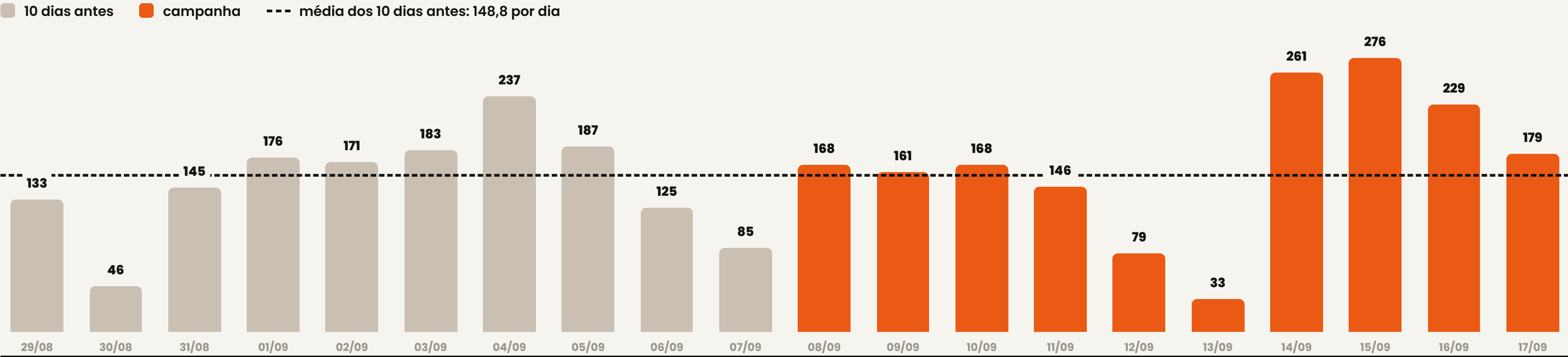
FONTE · Instagram Graph API, @normatel.homecenter

# O QUE A CAMPANHA MOVEU

O atendimento no WhatsApp, a venda no portal, a loja online e os 17 produtos em oferta.

# O ATENDIMENTO, DIA A DIA

Todas as conversas abertas no Omnichat da Normatel de 29/08 a 17/09. As barras em laranja são os dez dias da campanha; o fim de semana de 12 e 13/09 caiu quando a mídia quase parou: R\$ 484 no Meta e nada no Google.



CONVERSAS NA JANELA

**1.700**

170 por dia nos 10 dias

▲ +14,2%

PICO DA JANELA

**276**

conversas em 15/09

VENDAS EFETIVADAS

**33**

1,9% das conversas; nos 10 dias antes, 34 (2,3%)

AINDA SEM MOTIVO

**137**

48 delas de 17/09: as vendas da janela ainda podem subir

FONTE · Omnichat, conversas abertas no atendimento, dia de Fortaleza · venda efetivada é o motivo de fechamento que o atendente registra

# A VENDA NO PORTAL

O apurado de setembro publicado no portal vai até 15/09 e cobre 8 dos 10 dias da Iluminatel. São os dois canais do BI, varejo digital e venda corporativa, a mesma régua do painel de retorno.

VAREJO DIGITAL NO MÊS

R\$ 340.668

338 vendas de 01 a 15/09, 28% da meta de R\$ 1.200.000

VENDA CORPORATIVA NO MÊS

R\$ 145.582

54 vendas de 01 a 15/09, 24% da meta de R\$ 600.000

VAREJO POR DIA DE VENDA

R\$ 26.205

contra R\$ 45.014 em agosto (R\$ 1.170.362 em 26 dias)

META POR DIA NO VAREJO

R\$ 52.119

a meta diária da planilha do varejo digital

REALIZADO CONTRA A META DO MÊS, E QUANTO DO MÊS DE VENDA JÁ PASSOU

Varejo digital



28% da meta

Venda corporativa



24% da meta

linha tracejada: 50% dos dias de venda do mês, até 15/09

VAREJO DIGITAL POR CONSULTOR, 01 A 15/09

|          |             |             |
|----------|-------------|-------------|
| Mairly   | <div></div> | R\$ 109.671 |
| Maria    | <div></div> | R\$ 51.527  |
| Hailanne | <div></div> | R\$ 50.409  |
| Ruam     | <div></div> | R\$ 50.061  |
| Bruno    | <div></div> | R\$ 22.004  |
| Karolina | <div></div> | R\$ 18.775  |

VENDA CORPORATIVA POR CONSULTOR, 01 A 15/09

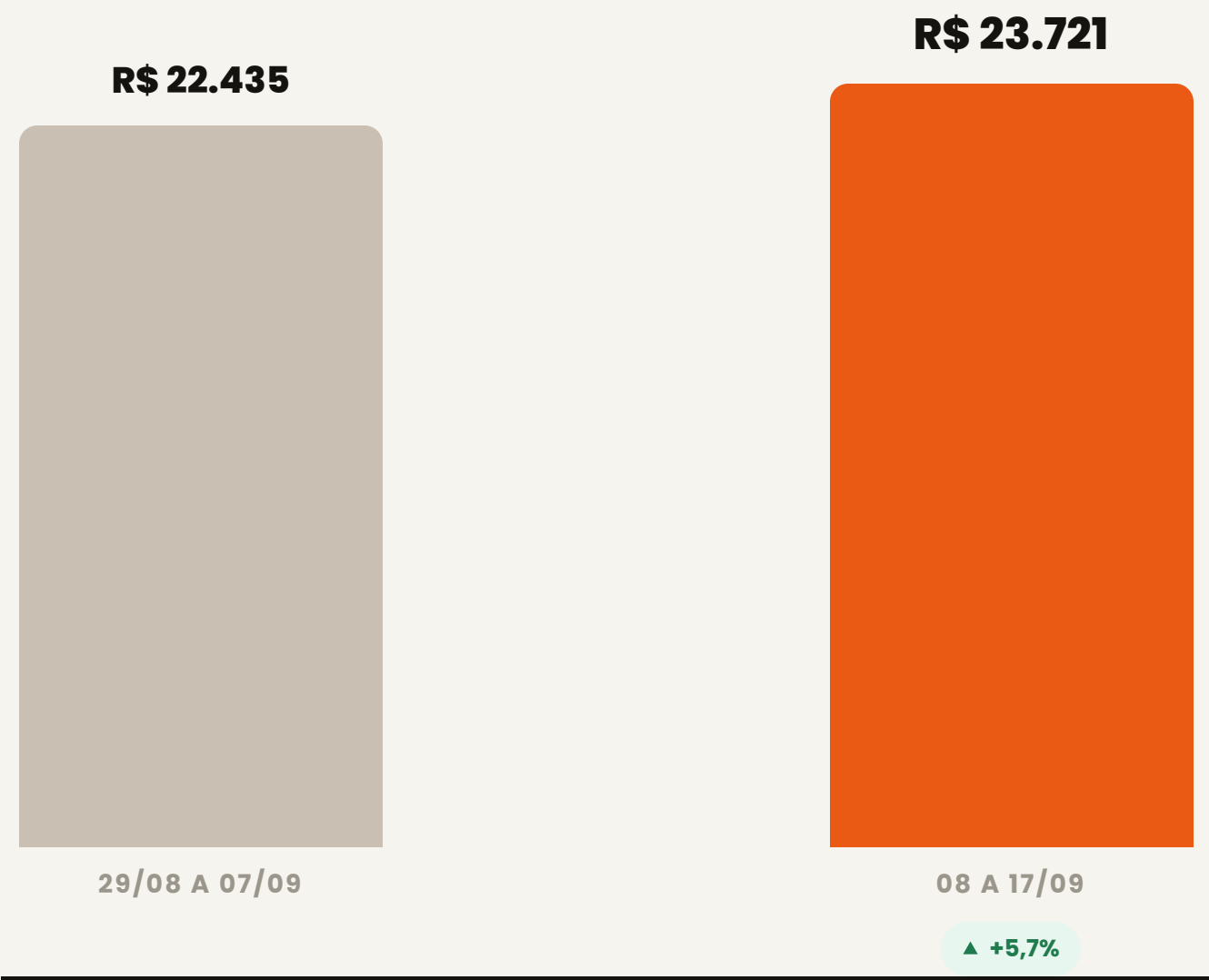
|           |             |             |
|-----------|-------------|-------------|
| Werbison  | <div></div> | R\$ 109.672 |
| Gabriella | <div></div> | R\$ 16.936  |
| Jamilson  | <div></div> | R\$ 14.745  |
| Mateus    | <div></div> | R\$ 4.228   |

FONTE · Portal Normatel (normatel.vercel.app), apurado do BI do varejo digital e da venda corporativa publicado no portal e meta do mês: [NMTL] Faturamento Setembro Varejo | SET.26 · [NMTL] Faturamento Setembro Corporativo | SET.26 · agosto fechado para comparar

# A LOJA ONLINE: ANTES E DURANTE

Dez dias contra os dez anteriores, medidos do mesmo jeito. A loja fez mais pedidos, de ticket menor, e faturou quase o mesmo.

RECEITA DA LOJA ONLINE · CRESCIMENTO CONTRA OS 10 DIAS ANTES



| MÉTRICA             | ANTES      | CAMPANHA   | VS ANTES |
|---------------------|------------|------------|----------|
| Receita de compras  | R\$ 22.435 | R\$ 23.721 | ▲ +5,7%  |
| Pedidos             | 45         | 59         | ▲ +31,1% |
| Ticket médio        | R\$ 499    | R\$ 402    | ▼ -19,4% |
| Adições ao carrinho | 1.433      | 2.028      | ▲ +41,5% |
| Sessões             | 20.601     | 25.943     | ▲ +25,9% |
| Conversão           | 0,22%      | 0,23%      | ▲ +4,1%  |

**O que a loja vendeu:** os itens de maior receita na janela foram ventilador, porcelanato e ducha. Nenhum produto de iluminação ficou entre os dez primeiros.

FONTE · Google Analytics 4, receita de compras, pedidos únicos, ticket, carrinho e sessões por período · venda por item

# OS 17 PRODUTOS EM OFERTA

A lista que a campanha anunciou no e-commerce, cruzada pelo SKU com a venda por item do GA4 nos dez dias da janela.

| PRODUTO                                              | SKU      | UNIDADES | RECEITA   |
|------------------------------------------------------|----------|----------|-----------|
| Lâmpada LED CLA60 9W 806lm Bivolt E27 6500K Ledvance | 56034001 | 20       | R\$ 50,00 |
| Calha LED 36W/865 Bella 100-240V Ledvance            | 51531    | 0        | sem venda |
| Espeto Play LED IP65 5W 3000K Preto Blumenau         | 65467    | 0        | sem venda |
| Kit Trilho UP 3 Spots LED 15W 3000K Branco Blumenau  | 68503    | 0        | sem venda |
| Kit Trilho UP 3 Spots LED 15W 3000K Preto Blumenau   | 68502    | 0        | sem venda |
| Kit Trilho UP 3 Spots LED 15W 6500K Branco Blumenau  | 68506    | 0        | sem venda |
| Kit Trilho UP 3 Spots LED 15W 6500K Preto Blumenau   | 68504    | 0        | sem venda |
| Luminária Emergência Autônoma LEA 31 Intelbras       | 58856    | 0        | sem venda |
| Lâmpada High LED TKL 110 20W 6500K E27 Taschibra     | 66093    | 0        | sem venda |
| Painel LED 18W LYS Quadrado Sobrepor 3000K Taschibra | 59674    | 0        | sem venda |
| Painel LED 18W LYS Quadrado Sobrepor 4000K Taschibra | 59832    | 0        | sem venda |
| Painel LED 18W LYS Quadrado Sobrepor 6500K Taschibra | 59675    | 0        | sem venda |
| Painel LED 24W LYS Quadrado Sobrepor 3000K Taschibra | 59676    | 0        | sem venda |
| Painel LED 24W LYS Quadrado Sobrepor 4000K Taschibra | 59677    | 0        | sem venda |
| Painel LED 24W LYS Quadrado Sobrepor 6500K Taschibra | 59678    | 0        | sem venda |
| Pendente LED NTL-018 35cm 7W 3000K Nitrolux          | 72373    | 0        | sem venda |
| Refletor TR LED 50W Slim Preto 6500K Taschibra       | 47958    | 0        | sem venda |

PRODUTOS QUE VENDERAM

1 de 17

20 unidades, R\$ 50,00 no site; nos 10 dias antes, R\$ 0,00

O QUE VENDEU

20 un

Lâmpada LED CLA60 9W 806lm Bivolt E27 6500K Ledvance, a R\$ 2,50 cada

O QUE A LOJA MAIS VENDEU NA JANELA, FORA DA OFERTA

|                                                  |           |
|--------------------------------------------------|-----------|
| Ventilador de Mesa e Parede Flow Turbo 220V...   | R\$ 1.935 |
| Porcelanato 90x90cm Tipo A Golden Beige Lux...   | R\$ 1.909 |
| Ducha Futura Blindada 220V/7500W Lorenzetti      | R\$ 1.800 |
| Chuveiro 1990 C.CT Redondo de Parede com Tubo... | R\$ 1.700 |
| Revestimento 30x60 Web Black Mate Retificado...  | R\$ 1.436 |

FONTE · Google Analytics 4, venda por item nos 17 SKUs da lista da campanha, contra os 10 dias antes

# O RESULTADO CONTRA O PLANO

A meta que o plano de setembro fixou, o custo por conversa no histórico da categoria e as duas leituras de retorno.

# A META DO PLANO E O REALIZADO

O plano de setembro fixou cinco números para dizer se a Iluminatel deu certo, medidos com a mesma régua das campanhas de agosto. A campanha foi planejada para 08 a 16/09 e ficou no ar até 17/09.

| INDICADOR                                                        | META DO PLANO    | REALIZADO         | REFERÊNCIA                                              | SITUAÇÃO     |
|------------------------------------------------------------------|------------------|-------------------|---------------------------------------------------------|--------------|
| <b>Conversas no período</b><br>todas as do atendimento           | > 1.600          | <b>1.700</b>      | 1.521 nos nove dias do plano, até 16/09                 | ATINGIDA     |
| <b>Custo por conversa</b><br>toda a mídia do Meta na janela      | < R\$ 15,00      | <b>R\$ 14,53</b>  | R\$ 14,12 só nas de iluminação; R\$ 143,25 no histórico | ATINGIDA     |
| <b>Anúncios de oferta</b><br>campanhas que falam de iluminação   | 4 no mínimo      | <b>32</b>         | a de ferramentas teve 4                                 | ATINGIDA     |
| <b>Publicações no perfil</b><br>peças da campanha                | 20 nos nove dias | <b>22</b>         | mais 4 teasers antes de 08/09                           | ATINGIDA     |
| <b>Receita no e-commerce</b><br>venda por item, a régua do plano | > R\$ 40.789     | <b>R\$ 21.962</b> | receita de compras: R\$ 23.721                          | NÃO ATINGIDA |

4 de 5

metas atingidas: conversas, custo por conversa, anúncios de oferta e publicações. Não atingidas: receita no e-commerce.

FONTE · plano de setembro da Miner, entregue em 01/09/2026 · Meta Ads, conta act\_856454918350665 · Omnichat, conversas abertas no atendimento, dia de Fortaleza · Google Analytics 4

# O CUSTO POR CONVERSA, ANTES E AGORA

Nos 14 meses que o plano analisou, iluminação era a categoria mais cara da conta: R\$ 143,25 por conversa. Na Iluminatel, as campanhas de iluminação abriram conversa a R\$ 14,12 e toda a mídia da janela a R\$ 14,53. A meta do plano era abaixo de R\$ 15,00.

|                                                                                        |             |                       |
|----------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-----------------------|
| <div>Ferramentas</div> <div>9 campanhas, 560 conversas</div>                           | <div></div> | <div>R\$ 4,49</div>   |
| <div>Elétrica e hidráulica</div> <div>2 campanhas, 95 conversas</div>                  | <div></div> | <div>R\$ 9,14</div>   |
| <div>Pisos e revestimentos</div> <div>4 campanhas, 75 conversas</div>                  | <div></div> | <div>R\$ 13,11</div>  |
| <div>Iluminatel • campanhas de iluminação</div> <div>32 campanhas, 399 conversas</div> | <div></div> | <div>R\$ 14,12</div>  |
| <div>Iluminatel • toda a mídia da janela</div> <div>44 campanhas, 572 conversas</div>  | <div></div> | <div>R\$ 14,53</div>  |
| <div>Datas e sazonais</div> <div>56 campanhas, 1.832 conversas</div>                   | <div></div> | <div>R\$ 21,60</div>  |
| <div>Tintas</div> <div>1 campanha, 16 conversas</div>                                  | <div></div> | <div>R\$ 35,50</div>  |
| <div>Iluminação</div> <div>2 campanhas, 29 conversas</div>                             | <div></div> | <div>R\$ 143,25</div> |

FONTE • Meta Ads, gasto ÷ conversas iniciadas por categoria em 14 meses, do plano de setembro • Iluminatel: 08 a 17/09, com a Venda Corporativa

# O RETORNO FINANCEIRO

A régua do painel de retorno nos dois canais: venda do varejo digital e da venda corporativa no portal ÷ verba de mídia do mesmo período, em duas leituras, só Meta e Meta com Google.

| LINHA                                                                            | VALOR              | REFERÊNCIA                                       |
|----------------------------------------------------------------------------------|--------------------|--------------------------------------------------|
| <b>Mídia no Meta</b><br>44 campanhas de 08 a 17/09, 2 delas da Venda Corporativa | <b>R\$ 8.309</b>   | <b>572 conversas, R\$ 14,53 cada</b>             |
| <b>Mídia no Google</b><br>7 campanhas de varejo de 08 a 17/09                    | <b>R\$ 6.142</b>   | <b>46,5 conversões contadas pelo Google</b>      |
| <b>Varejo digital no portal</b><br>apurado de 01 a 15/09, parcial                | <b>R\$ 340.668</b> | <b>338 vendas · 28% da meta de R\$ 1.200.000</b> |
| <b>Venda corporativa no portal</b><br>apurado de 01 a 15/09, parcial             | <b>R\$ 145.582</b> | <b>54 vendas · 24% da meta de R\$ 600.000</b>    |

MÍDIA DA AÇÃO · 08 A 17/09

R\$14.450

R\$ 8.309 no Meta e R\$ 6.142 no Google

RETORNO SÓ COM O META · 01 A 15/09

34,6

R\$ 486.250 ÷ R\$ 14.033 de Meta no período · agosto: 120,8

RETORNO COM META E GOOGLE · 01 A 15/09

24,4

R\$ 486.250 ÷ R\$ 19.892 de mídia · agosto: 37,4

LEIA JUNTO

O impacto real não está inteiro aqui. O portal apura a venda por mês e o último parcial vai até 15/09: o retorno usa receita e mídia de 01 a 15/09, que têm os dias da Iluminatel e também os últimos da Fortaleza Líquida, e soma cliente da base e recompra nos dois canais (o retorno aparece maior). A venda das onze lojas físicas não entra (aparece menor).

FONTE · Portal Normatel (normatel.vercel.app), apurado do BI do varejo digital e da venda corporativa publicado no portal e meta do mês · Meta Ads, conta act\_856454918350665 · Google Ads, conta 371-494-2729, via Reportei (a mesma fonte do investimento no portal) · agosto do painel de retorno, os dois canais

# O QUE FALTA PARA MEDIR

Quatro pontos de operação que separam exposição e conversa de venda medida. Nenhum depende de verba nova.

137

01

conversas da janela sem motivo de fechamento

## Fechar as conversas da janela

Com o motivo registrado, a venda do atendimento na campanha fica completa. Hoje são 33 vendas efetivadas.

→ venda do atendimento contada inteira

0 de 100

02

conversas de 15/09 dizendo de qual ação vieram

## Código de origem na primeira mensagem

Das 100 últimas conversas de 15/09, 56 começaram com texto pronto e nenhuma trazia a ação. O padrão de código já está definido.

→ venda do atendimento ligada ao anúncio

01 a 15/09

03

é o recorte do último apurado no portal

## Venda por dia no portal

O portal recebe a venda do varejo e da corporativa por mês. Com o apurado por dia, ou o pedido com data, o retorno sai exatamente para os dias da ação.

→ retorno medido só na janela da ação

1 de 17

04

produtos da oferta com venda no site

## Venda das lojas por produto

A venda das onze lojas não entra na análise. Com a venda por SKU das lojas na janela, dá para dizer se a oferta vendeu fora do site.

→ venda da loja física medida por produto

FONTE · leitura da Miner sobre os dados desta apresentação · Omnichat, conversas abertas no atendimento, dia de Fortaleza · Portal Normatel (normatel.vercel.app), apurado do BI do varejo digital e da venda corporativa publicado no portal e meta do mês

# Miner

(Dados + Vendas)

|          |                                                                                |
|----------|--------------------------------------------------------------------------------|
| PERÍODO  | 08 a 17 de setembro de 2026                                                    |
| FONTES   | Meta Ads, Google Ads, Instagram, Google Analytics 4, Omnicat e portal Normatel |
| DADOS DE | 18/09/2026                                                                     |

NORMATEL x MINER

Este documento possui informações e dados de propriedade da Miner. Por favor, não divulgar sem consentimento por escrito do proprietário.

