

RETORNO DA MÍDIA

RETORNO DA MÍDIA

Quanto a verba do Meta devolveu em agosto de 2026, o orçado e o realizado de cada canal e até onde a medição alcança.

PERÍODO

agosto de 2026

COMPARAÇÃO

julho de 2026

FONTES

Portal, Meta, GA4 e Omnichat

POR

Miner



LEIA ANTES DOS NÚMEROS

ESTE RETORNO NÃO É O IMPACTO REAL

A Miner não tem acesso à venda das onze lojas físicas. Tudo o que a mídia vendeu no balcão está fora desta conta, e outras quatro ressalvas mexem no número para os dois lados.

▼ O NÚMERO APARECE MENOR

Venda das lojas fora

O balcão das onze unidades não entra no numerador.

▲ O NÚMERO APARECE MAIOR

Receita do canal inteiro

O varejo digital inclui cliente da base e recompra, e não só quem veio do anúncio.

■ SEM RASTRO ATÉ A VENDA

Anúncio leva ao WhatsApp

Em agosto o Meta levou 726 sessões ao site e nenhum pedido: a venda acontece na conversa.

■ SEM RASTRO ATÉ A VENDA

Parceria sem cupom

Nenhum post de influenciador teve cupom ou link próprio.

▲ O NÚMERO APARECE MAIOR

Cachê e produção fora

Só a verba de mídia entra no denominador; cachê de criador e produção ficam de fora.

A CONTA DO MÊS

Receita, orçado, verba e retorno por real de cada canal, sempre contra julho.

RETORNO DE AGOSTO

AGOSTO CONTRA JULHO

Receita do varejo digital sobre a verba de mídia, em duas leituras.

R\$ 1.170.362

RECEITA · VAREJO DIGITAL

▲ +6,9% vs julho

R\$ 45.386

MÍDIA · META VAREJO E GOOGLE

▲ +17,6% vs julho

107,0

RETORNO POR REAL · SÓ META

▼ -2,5% vs julho

25,8

RETORNO POR REAL · META E GOOGLE

▼ -9,0% vs julho

O ORÇADO DO MÊS, NO PORTAL

Orçado R\$ 1.000.000

Meta do varejo digital para agosto. Realizado R\$ 1.170.362.

117,0% do orçado

R\$ 170.362 acima da meta do mês.

R\$ 2.036.286 orçados

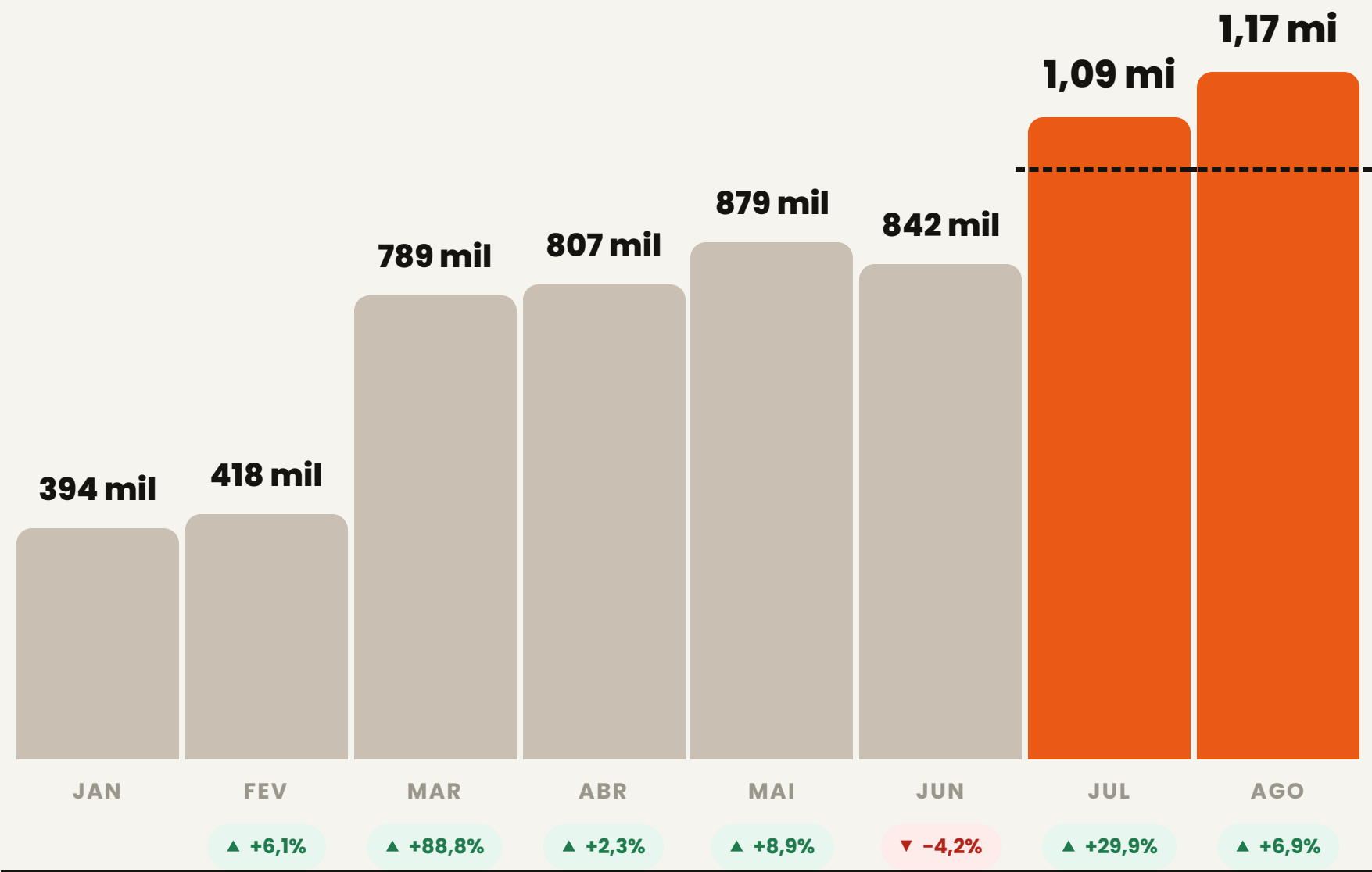
403 orçamentos liberados em aberto, foto de 07/09/2026.

FONTE · Portal Normatel, receita e orçado do varejo digital · Meta Ads, campanhas de varejo · Google Ads, investimento pelo portal

ORÇADO E REALIZADO

O faturamento do varejo digital mês a mês em 2026, com a linha do orçamento em julho e agosto, e a meta de cada canal contra o que foi apurado.

VAREJO DIGITAL · FATURAMENTO POR MÊS · CRESCIMENTO SOBRE O MÊS ANTERIOR



----- orçamento do mês no portal: R\$ 1.000.000 em julho e em agosto

FONTE · Portal Normatel, apurado do BI do varejo digital e da venda corporativa, com a meta de cada mês

CANAL	ORÇADO	REALIZADO	DO ORÇADO
Varejo digital julho	R\$ 1.000.000	R\$ 1.094.361	109,4%
Varejo digital agosto	R\$ 1.000.000	R\$ 1.170.362	117,0%
Venda corporativa julho	R\$ 800.000	R\$ 540.444	67,6%
Venda corporativa agosto	R\$ 600.000	R\$ 692.606	115,4%
Setembro os dois canais	R\$ 1.800.000	em apuração	

117,0%

do orçamento no varejo digital em agosto, e 115,4% na venda corporativa.

RETORNO POR CANAL

Quanto cada real de mídia tem de receita do canal, só com o Meta e com o Meta e o Google somados. É uma razão entre números verdadeiros, e não a venda que o anúncio gerou.

CANAL	RECEITA EM AGOSTO	META	GOOGLE	RETORNO SÓ META	META E GOOGLE	JULHO	VARIAÇÃO
Varejo digital WhatsApp, televendas e loja online	R\$ 1.170.362	R\$ 10.938	R\$ 34.448	107,0	25,8	28,3	▼ -9,0%
Loja online parte do varejo digital, a única rastreável até o clique	R\$ 111.002	R\$ 10.938	R\$ 34.448	10,1	2,4	2,6	▼ -7,4%
Venda corporativa 2 campanhas de cadastro B2B, sem Google	R\$ 692.606	R\$ 4.479	sem verba	154,6	154,6	110,5	▲ +39,9%
Os dois canais varejo digital e venda corporativa	R\$ 1.862.968	R\$ 15.416	R\$ 34.448	120,8	37,4	37,6	▼ -0,6%

COMO SE LÊ

R\$ 25,8

de receita do varejo digital para cada R\$ 1 somando Meta de varejo e Google

CACHÊ DE INFLUENCIADOR

fora

aparece à parte, na seção de parcerias

VENDA SEM ATRIBUIÇÃO

Meta Ads

rótulo usado quando a venda não tem origem gravada

FONTE · Portal Normatel, apurado do BI do varejo digital e da venda corporativa, com a meta de cada mês · Meta Ads, conta act_856454918350665 · Google Ads, conta NORMATEL - MINER, via portal · Google Analytics 4

ONDE A RECEITA APARECE

O varejo digital é o canal inteiro. A loja online é uma parte dele, e é a única em que a venda pode ser rastreada até o anúncio.

VAREJO DIGITAL · O CANAL INTEIRO

R\$ 1.170.362

WhatsApp, televendas e loja online · 1.031 vendas no portal

R\$ 111.002

loja online · 9,5% do canal

A faixa laranja é a única parte da receita que dá para seguir até o clique. O resto passa pela conversa, e a conversa não grava de onde veio.

VENDAS NO VAREJO DIGITAL

1.031

ticket de R\$ 1.135

▼ -3,6%

PEDIDOS NA LOJA ONLINE

311

ticket de R\$ 357

▼ -6,0%

ORÇAMENTOS EM ABERTO

R\$ 2.036.286

403 orçamentos, ticket de R\$ 5.053

FONTE · Portal Normatel (vendas e orçamentos liberados do varejo digital, foto de 07/09/2026) · Google Analytics 4, pedidos únicos

O CAMINHO ATÉ A VENDA

Para onde cada canal leva o cliente e em que ponto a medição deixa de alcançar o resultado.

FLUXO DE MEDIÇÃO

Do investimento até a venda: o Meta leva à conversa, o Google leva à página do produto, e a venda do balcão fica fora das duas pontas.



FONTE · Meta Ads, campanhas de varejo · Google Ads pelo portal · Google Analytics 4, pedidos únicos · Omnicat

O QUE CADA CANAL FEZ NA LOJA ONLINE

Agosto contra julho de 2026, em pedidos únicos. O anúncio do Meta aparece com sessões e sem pedido porque aponta para o WhatsApp.

CANAL	SESSÕES	VS JULHO	PEDIDOS	VS JULHO		RECEITA	VS JULHO
Google Ads, rede cruzada	34.561	▲ +12,6%	179	▼ -7,7%		R\$ 55.660	▼ -2,5%
Busca orgânica	36.848	▲ +4,7%	73	▲ +9,0%		R\$ 29.380	▲ +37,8%
Direto	5.530	▼ -4,1%	18	▼ -28,0%		R\$ 8.419	▼ -13,8%
Indicação	1.852	▼ -17,5%	6	▲ +200,0%		R\$ 7.978	▲ +1598,9%
Google Shopping pago	5.879	▲ +13,8%	24	▼ -11,1%		R\$ 4.910	▼ -38,1%
Sem origem	3.605	▲ +28,4%	7	▼ -41,7%		R\$ 3.129	▼ -27,9%
Assistente de IA	793	▲ +13,3%	3	sem base		R\$ 1.307	sem base
Shopping orgânico	3.790	▲ +9,0%	1	▼ -75,0%		R\$ 219	▼ -78,6%
Social orgânico	764	▲ +118,9%	0	sem base		R\$ 0,00	sem base
Social pago · Meta META	726	▲ +437,8%	0	sem base		R\$ 0,00	sem base

FONTE · Google Analytics 4, propriedade Normatel Home Center · pedidos = transações únicas

O QUE PUXOU A RECEITA DA LOJA ONLINE

Quanto cada canal somou ou tirou da receita do site em agosto, contra julho. Do maior ganho para a maior perda; a última linha é o efeito líquido no mês.

Busca orgânica		+R\$ 8.054
Indicação		+R\$ 7.508
Assistente de IA		+R\$ 1.307
Shopping orgânico		-R\$ 805
Sem origem		-R\$ 1.212
Direto		-R\$ 1.351
Google Ads, rede cruzada		-R\$ 1.401
Google Shopping pago		-R\$ 3.017
EFEITO LÍQUIDO EM AGOSTO		+R\$ 9.084

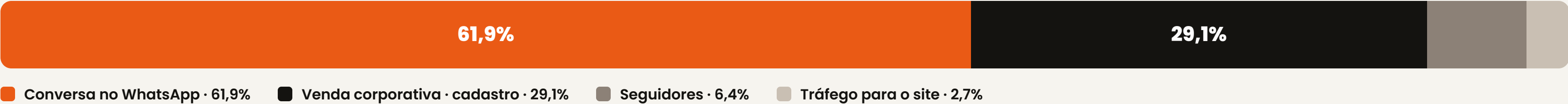
FONTE · Google Analytics 4, receita por canal de origem, agosto contra julho de 2026

POR CAMPANHA

Onde a verba de agosto foi parar, por tipo de campanha e campanha a campanha.

A VERBA DO META POR TIPO DE CAMPANHA

As 46 campanhas do Meta no mês agrupadas pelo destino do anúncio. O Google Ads, com outra lógica de compra, aparece na faixa de baixo.



TIPO	CAMPANHAS	INVESTIDO	DA VERBA	ALCANCE SOMADO	CONVERSAS E CADASTROS	POR CONTATO
Conversa no WhatsApp	38	R\$ 9.538	61,9%	371.688	1.180	R\$ 8,08
Venda corporativa · cadastro	2	R\$ 4.479	29,1%	72.544	56	R\$ 79,98
Seguidores	4	R\$ 983	6,4%	148.486	1	R\$ 983
Tráfego para o site	2	R\$ 417	2,7%	49.039	0	sem conversa
Total do mês	46	R\$ 15.416	100%		1.237	R\$ 12,46

GOOGLE ADS NO MESMO MÊS

R\$ 34.448

▲ +20,3%

vs julho · 179 pedidos no site pela rede cruzada, R\$ 55.660 de receita

FONTE · Meta Ads, conta act_856454918350665 · Google Ads, conta NORMATEL – MINER, via portal · agosto de 2026 · alcance somado por campanha, com sobreposição de pessoas

GOOGLE ADS NO MESMO MÊS

Verba de busca, shopping e display, que entra na segunda leitura do retorno. No site, a rede cruzada do Google trouxe 179 pedidos e R\$ 55.660 de receita.

INVESTIMENTO R\$ 34.448 ▲ +20,3%	IMPRESSIONES 1.720.738 ▲ +20,7%	CLIQUEs 49.843 ▲ +11,8%	CPC MÉDIO R\$ 0,69 ▲ +7,8%
---	--	--	---

AS PEÇAS DE DISPLAY DA NORMATEL NO GOOGLE, EM ALTA RESOLUÇÃO



Soluções completas para sua obra · 1200×628

FONTE · Google Ads, conta NORMATEL - MINER, via portal · peças do job NOR-0052-26



Tudo para reformar e construir · 960×1200



Sua obra começa na Normatel · 1080×1920

AS CAMPANHAS DE VAREJO

As dez de maior investimento em agosto, das 44 de varejo. A última coluna compara o custo de cada conversa com a média do mês, R\$ 9,26.

CAMPANHA	INVESTIDO	ALCANCE	CLIQUEs	CONVERSAS	POR CONVERSA	VS MÉDIA
Tramontina FORTALEZA	R\$ 571	12.129	204	59	R\$ 9,68	▲ +4,5%
Coral + Tati Malta	R\$ 568	17.081	341	16	R\$ 35,50	▲ +283,4%
Entrou na Normatel só pra dar uma olhadinha? JUAZEIRO	R\$ 540	19.269	236	20	R\$ 27,02	▲ +191,8%
Rejuntamix FORTALEZA	R\$ 503	10.117	188	45	R\$ 11,18	▲ +20,7%
Seguidores · Vinícius Castro e Embramaco FORTALEZA	R\$ 410	61.523	1.315	0	sem conversa	
Tráfego para o site FORTALEZA	R\$ 382	42.460	1.013	0	sem conversa	
Mau cheiro vindo da pia nem sempre FORTALEZA	R\$ 364	12.139	447	34	R\$ 10,72	▲ +15,7%
Aqui é assim, você pergunta pelo revestimento FORTALEZA	R\$ 363	9.223	140	34	R\$ 10,68	▲ +15,3%
Aqui é assim, você pergunta pelo revestimento JUAZEIRO	R\$ 363	11.272	165	27	R\$ 13,45	▲ +45,2%
Ofertas Qualiz com validade até dia 31/08 FORTALEZA	R\$ 360	9.379	118	30	R\$ 11,99	▲ +29,5%

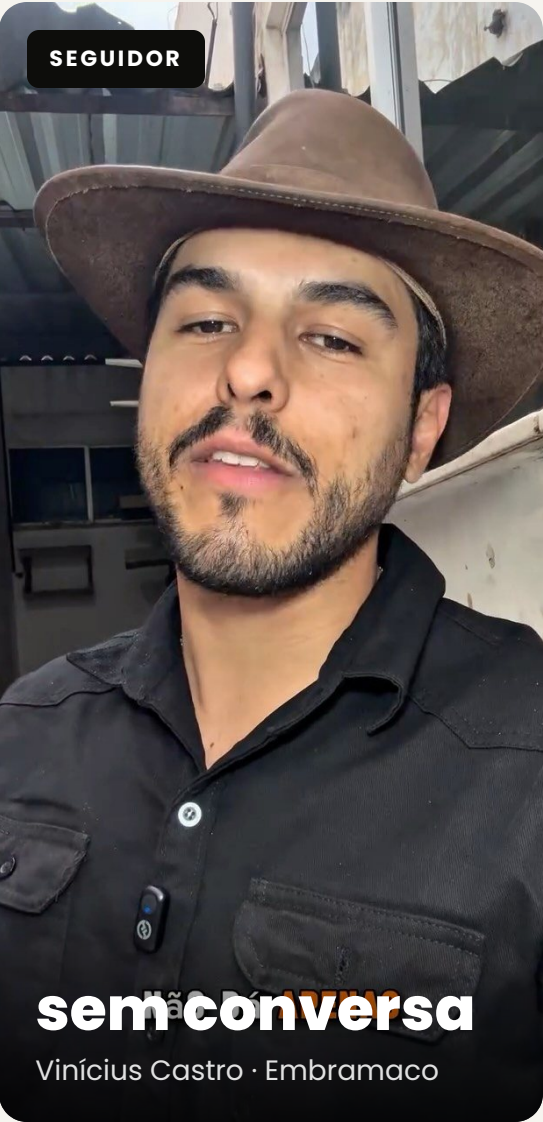
FONTE · Meta Ads, conta act_856454918350665 · conversa = conversa iniciada por mensagem em 7 dias

POR INFLUENCIADOR

A mídia que impulsionou cada conteúdo de parceria, as conversas que ele abriu e o cachê, sempre à parte.

PARCERIAS COM CRIADORES

Os seis conteúdos de parceria que receberam mídia em agosto, do menor para o maior custo por conversa. A comparação é com a média do varejo no mês, R\$ 9,26.

33 CONVERSAS  R\$ 8,46 por conversa Tati Malta · Gree ▼ -8,7% vs média	59 CONVERSAS  R\$ 9,68 por conversa Leo da Garagem · Tramontina ▲ +4,5% vs média	45 CONVERSAS  R\$ 11,18 por conversa Vinícius Castro · Rejuntamix ▲ +20,7% vs média	16 CONVERSAS  R\$ 35,50 por conversa Tati Malta · Coral ▲ +283,4% vs média	1 CONVERSAS  R\$ 47,78 por conversa Pedreiros Brincalhães · Arrocha Paizão ▲ +416,0% vs média	SEGUIDOR  sem conversa Vinícius Castro · Embramaco
--	---	---	--	---	---

FONTE · Meta Ads, conta act_856454918350665 · peças no maior tamanho que a API entrega

PARCERIAS: MÍDIA, CONVERSA E CACHÊ

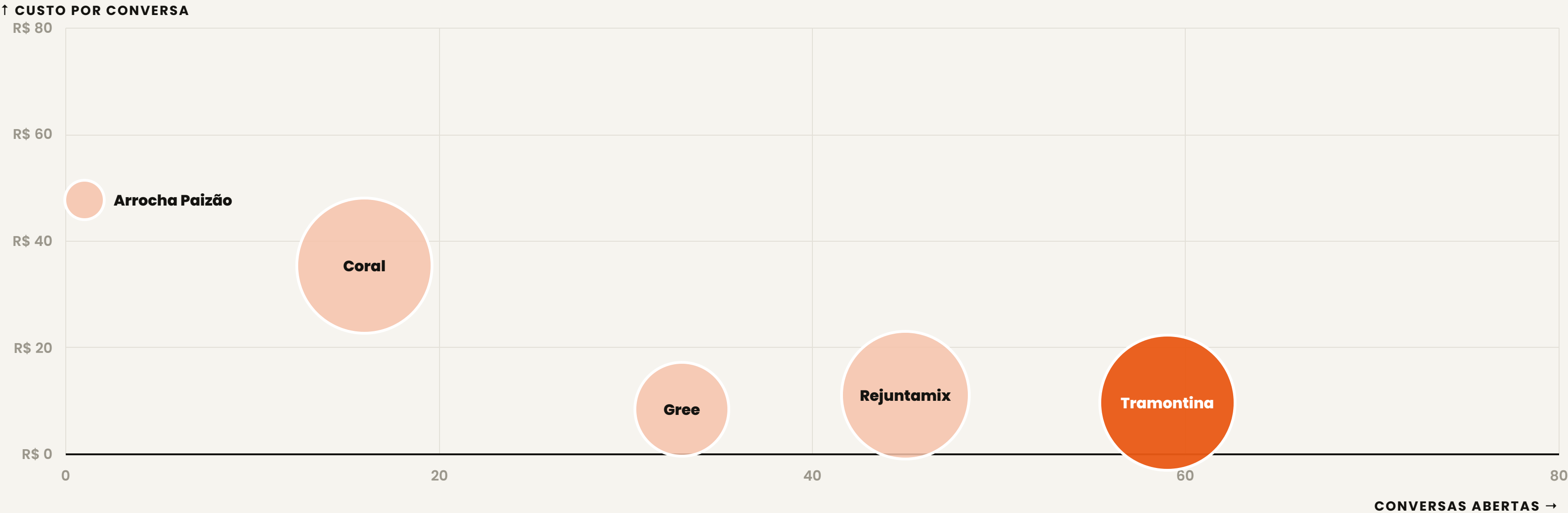
A mídia investida em cada conteúdo, o alcance, as conversas e o cachê informado pelo marketing da Normatel. O cachê não entra no custo por conversa.

CRIADOR	MÍDIA	ALCANCE	CONVERSAS	POR CONVERSA	CACHÊ INFORMADO
Tati Malta Gree · agosto	R\$ 279	6.323	33	R\$ 8,46	no pacote mesmo pacote de R\$ 1.100
Leo da Garagem Tramontina · agosto	R\$ 571	17.470	59	R\$ 9,68	R\$ 750 rateio de R\$ 3.000 por 4 vídeos
Vinícius Castro Rejuntamix · agosto	R\$ 503	14.368	45	R\$ 11,18	R\$ 600 1 reels
Tati Malta Coral · agosto	R\$ 568	25.018	16	R\$ 35,50	R\$ 1.100 pacote dos dois posts
Pedreiros Brincalhões Arrocha Paizão · agosto	R\$ 47,78	1.860	1	R\$ 47,78	R\$ 3.000 jingle da campanha, inclui intermediação
Vinícius Castro Embramaco · agosto	R\$ 410	83.615	0	sem conversa	não informado não informado
Tati Malta Gree · setembro	R\$ 270	6.724	26	R\$ 10,37	no pacote mesmo pacote de R\$ 1.100
Total de agosto	R\$ 2.379		154	R\$ 15,44	R\$ 5.450

FONTE · Meta Ads, conta act_856454918350665 · cachê informado pelo time de marketing da Normatel

PARCERIAS: CUSTO, CONVERSA E VERBA

Cada bolha é um conteúdo de parceria em agosto. Mais à direita, abriu mais conversas; mais embaixo, cada conversa custou menos; o tamanho é a verba de mídia investida. Vinícius Castro · Embramacco fica fora do gráfico: a campanha foi comprada como seguidor e não abre conversa.



FONTE · Meta Ads, conta act_856454918350665 · cachê fora do cálculo

MÍDIA E CACHÊ, LADO A LADO

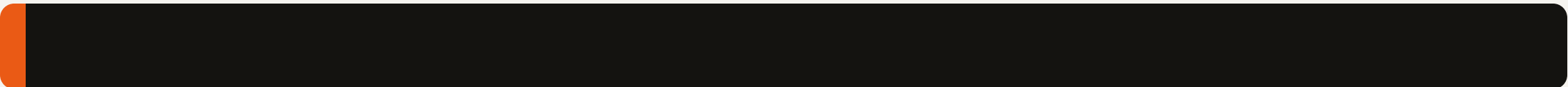
O que cada criador custou somando as duas coisas, agosto e setembro parcial. O cachê aparece aqui e em nenhum outro cálculo da apresentação.

mídia do Meta (entra no custo por conversa)

cachê (fica fora do cálculo)

Pedreiros Brincalhães

Arrocha Paizão · 1 conversa



R\$ 3.048

R\$ 47,78 de mídia + R\$ 3.000

Tati Malta

Coral, Gree · 75 conversas



R\$ 2.217

R\$ 1.117 de mídia + R\$ 1.100

Vinícius Castro

Rejuntamix, Embramaco · 45 conversas

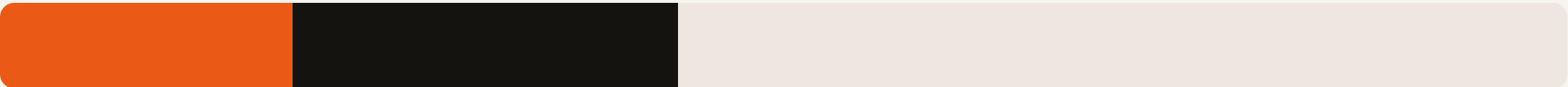


R\$ 1.513

R\$ 913 de mídia + R\$ 600

Leo da Garagem

Tramontina · 59 conversas



R\$ 1.321

R\$ 571 de mídia + R\$ 750

FONTE · Meta Ads, conta act_856454918350665 · cachê informado pelo time de marketing da Normatel · Leo da Garagem: rateio de R\$ 3.000 por 4 vídeos

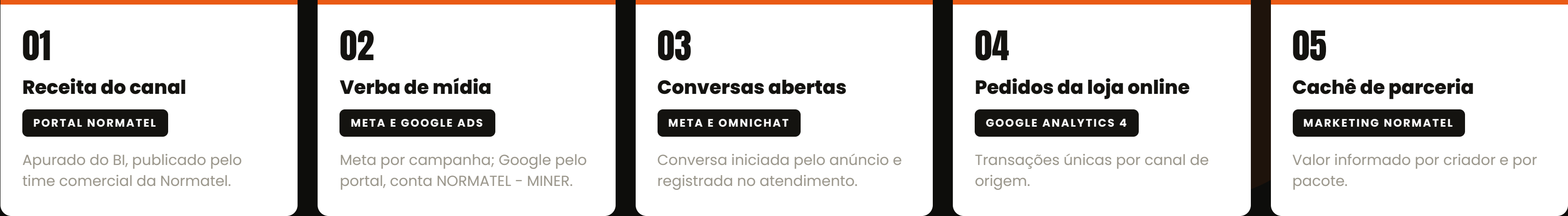
DE ONDE VEM CADA NÚMERO

As fontes do retorno por real, quem responde por cada uma e o que falta para o número ficar inteiro.

AS FONTES DO RETORNO POR REAL

RETORNO POR REAL

receita do canal dividida pela verba de mídia



RECEITA DO VAREJO DIGITAL · 01

R\$ 1.170.362

÷

META DE VAREJO E GOOGLE · 02

R\$ 45.386

=

RETORNO POR REAL · SÓ META: 107,0

25,8

O QUE FALTA PARA O NÚMERO FICAR INTEIRO

Cada item tira uma ressalva do aviso do começo desta apresentação, com o responsável e o efeito que a falta dele tem hoje no retorno.

01

Acesso à venda das lojas físicas

Com o faturamento por unidade, a campanha passa a ser medida onde ela vende.

DIRETORIA NORMATEL

hoje o número aparece menor

02

Etiqueta de origem no atendimento

As conversas já fecham com motivo, mas sem origem: a venda não se liga ao anúncio.

MARKETING

hoje não há rastro

03

Cupom ou link por parceria

Troca o custo por conversa do criador por retorno por real.

MARKETING

hoje não há rastro

04

Custo de produção por ação

Com cachê e produção por campanha, o retorno sai pela ação completa, e não só pela mídia.

MARKETING

hoje o número aparece maior

FONTE · desenho da Miner a partir das ressalvas desta apresentação

RETORNO DA MÍDIA · AGOSTO 2026

Miner

(Dados + Vendas)

PERÍODO	agosto de 2026, comparado a julho
FONTES	Portal Normatel, Meta Ads, Google Ads, Google Analytics 4 e Omnichat
DADOS DE	16/09/2026

NORMATEL × MINER

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

