CASE 01 | MARKETPLACE IMOBILIÁRIO

Mais leads, menor CPL e decisões conectadas ao funil

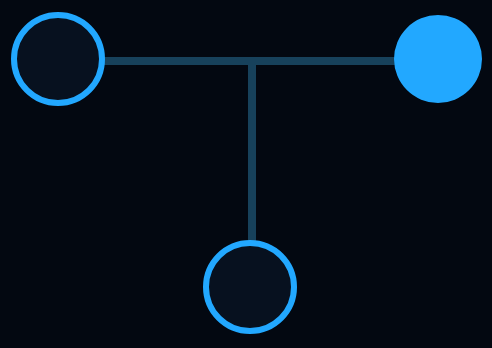
Performance, Business Intelligence e automação aplicados à integração entre mídia, CRM e Comercial.

+23%
LEADS MENSAIS

-21%
CUSTO POR LEAD

17% -> 20%
CONVERSÃO EM VENDAS

EVOLUÇÃO OBSERVADA EM TRÊS MESES



RESUMO EXECUTIVO

O desafio não era apenas gerar leads. Era tornar o desempenho compreensível.

Indicadores de canal explicavam apenas parte do resultado. A leitura precisava avançar do volume para a qualidade do funil, a conversão comercial e o retorno das decisões de Marketing.

A atuação conectou plataformas de mídia, CRM, dados, operação comercial e C-Level. O trabalho ampliou a capacidade de entender quais anúncios contribuíam para melhores resultados e onde os recursos poderiam ser realocados com maior critério.

ESCOPO

Performance Power BI
Mídia + CRM
ROAS
Análise por anúncio
Automação com IA

+23%
leads mensais

-21%
custo por lead

+3 p.p.
conversão em vendas

CONTRIBUIÇÃO COMPARTILHADA

Discussões com Comercial e C-Level; análises e simulações de ROI para um business case liderado pela gestão.

DIAGNÓSTICO

Métricas isoladas produziam respostas parciais

O problema central não era falta de dados. Era transformar fontes dispersas em critérios comuns para interpretar o funil.

01	**Granularidade**	A leitura no nível de canal não explicava anúncios e abordagens.
02	**Retorno**	O ROAS ainda não fazia parte do acompanhamento estruturado.
03	**Trabalho manual**	Importações e tratamentos recorrentes elevavam esforço e risco.
04	**Leitura fragmentada**	Marketing e Comercial precisavam interpretar o mesmo funil.

MÍDIA -> LEADS -> CRM -> VENDAS -> RETORNO

A análise avançou do canal para a decisão

Três movimentos conectaram aquisição, conversão, retorno e capacidade operacional.

01 Integrar o funil

Dashboards executivos reuniram mídia e CRM sob critérios comuns para Marketing, Comercial e liderança.

02 Aumentar a granularidade

A análise avançou do canal para o anúncio, apoiando linhas editoriais e alocação de recursos.

03 Reduzir esforço mecânico

Automações com IA apoiaram importação, organização e análise, com revisão humana.

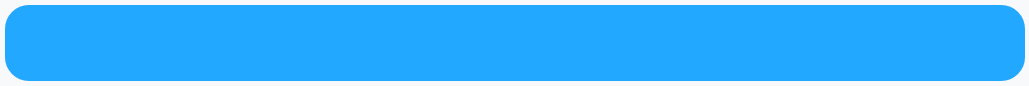
GOVERNANÇA

Implantado, em aprovação e proposto permanecem claramente diferenciados.

Mais capacidade de análise, com melhora em volume e eficiência

Em três meses, a evolução combinou crescimento de leads, redução de custo, avanço comercial e ganho operacional.

LEADS MENSAIS



100 → **123**

+23%

CUSTO POR LEAD



100 → **79**

-21%

17% -> 20%

conversão em vendas | +3 p.p.

1 a 2 horas/dia

economia operacional estimada

Visualização editorial. Valores absolutos omitidos. Resultados observados no período e construídos por decisões compartilhadas.

O resultado mais duradouro foi tornar a decisão mais verificável

Performance, CRM, Business Intelligence e inteligência artificial passaram a operar em um sistema mais integrado. O valor não estava apenas nos dashboards ou na automação, mas em conectar investimento, demanda, conversão e retorno em uma mesma conversa executiva.

DADOS -> CRITÉRIOS -> DECISÕES -> APRENDIZADO

COMPETÊNCIAS DEMONSTRADAS

- Performance orientada ao negócio
- Business Intelligence
- Integração Marketing + Comercial
- Automação com supervisão humana
- Comunicação executiva
- Disciplina de implantação

Dados reduzem incertezas. A inteligência artificial amplia a capacidade de análise, mas não substitui julgamento nem responsabilidade.

CASE ANONIMIZADO | VALORES ABSOLUTOS E DETALHES INTERNOS OMITIDOS