

LDI CRISTAIS

Disparos comerciais Ago/26



LDI CRISTAIS

Disparos comerciais de agosto/26

Análise de gestão dos resultados

Resultado geral da campanha

EM CINCO DISPAROS, A CAMPANHA JÁ GEROU RESULTADO COMERCIAL REAL.



1.989

mensagens enviadas

1.497

mensagens entregues

856

leituras confirmadas

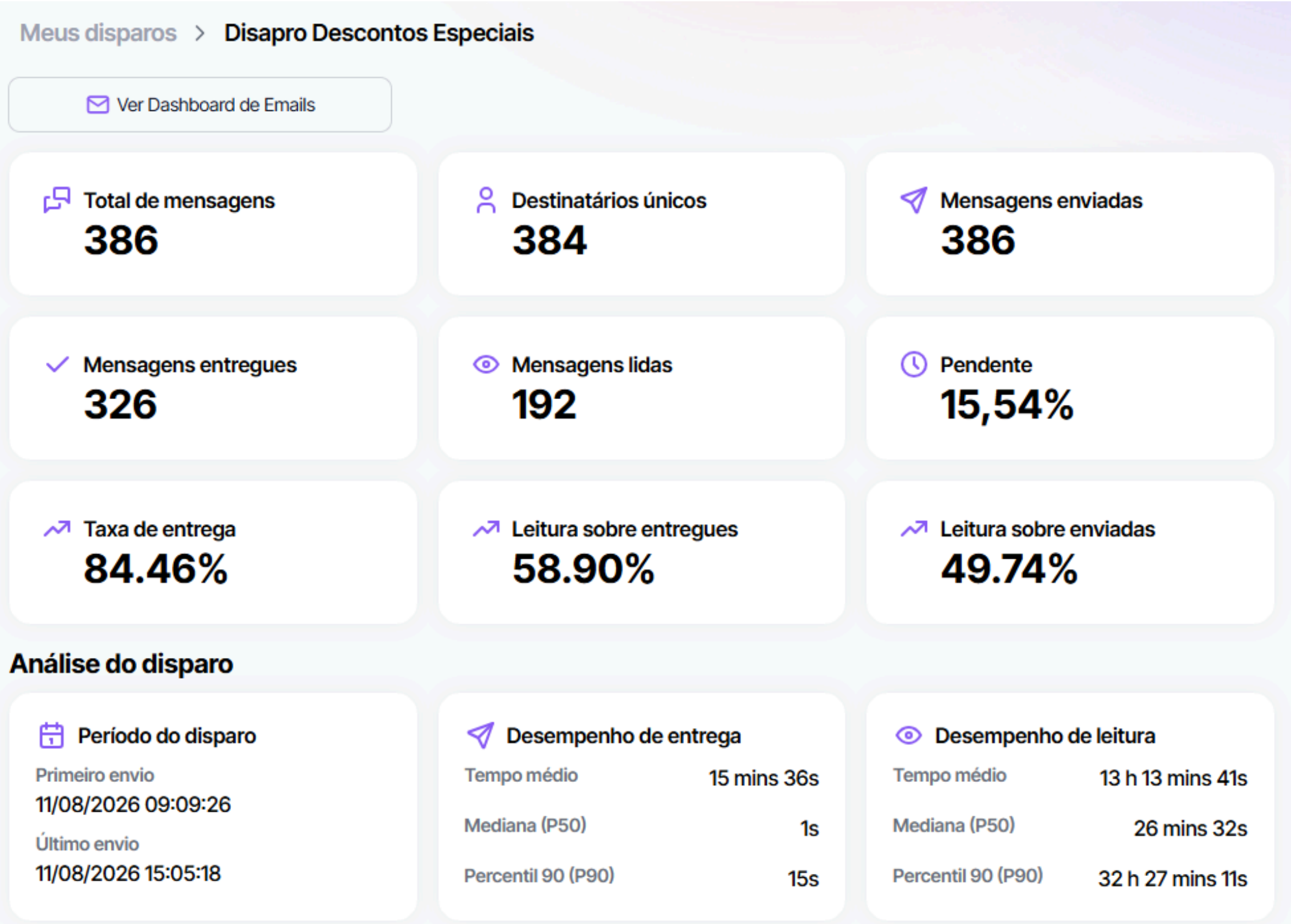
R\$ 20.102,32

receita ganha no CRM

A campanha funcionou.

O próximo passo é aproveitar melhor os contatos que já receberam a oferta.

Disparo do dia 11 de agosto de 2026



RESUMO DO DISPARO

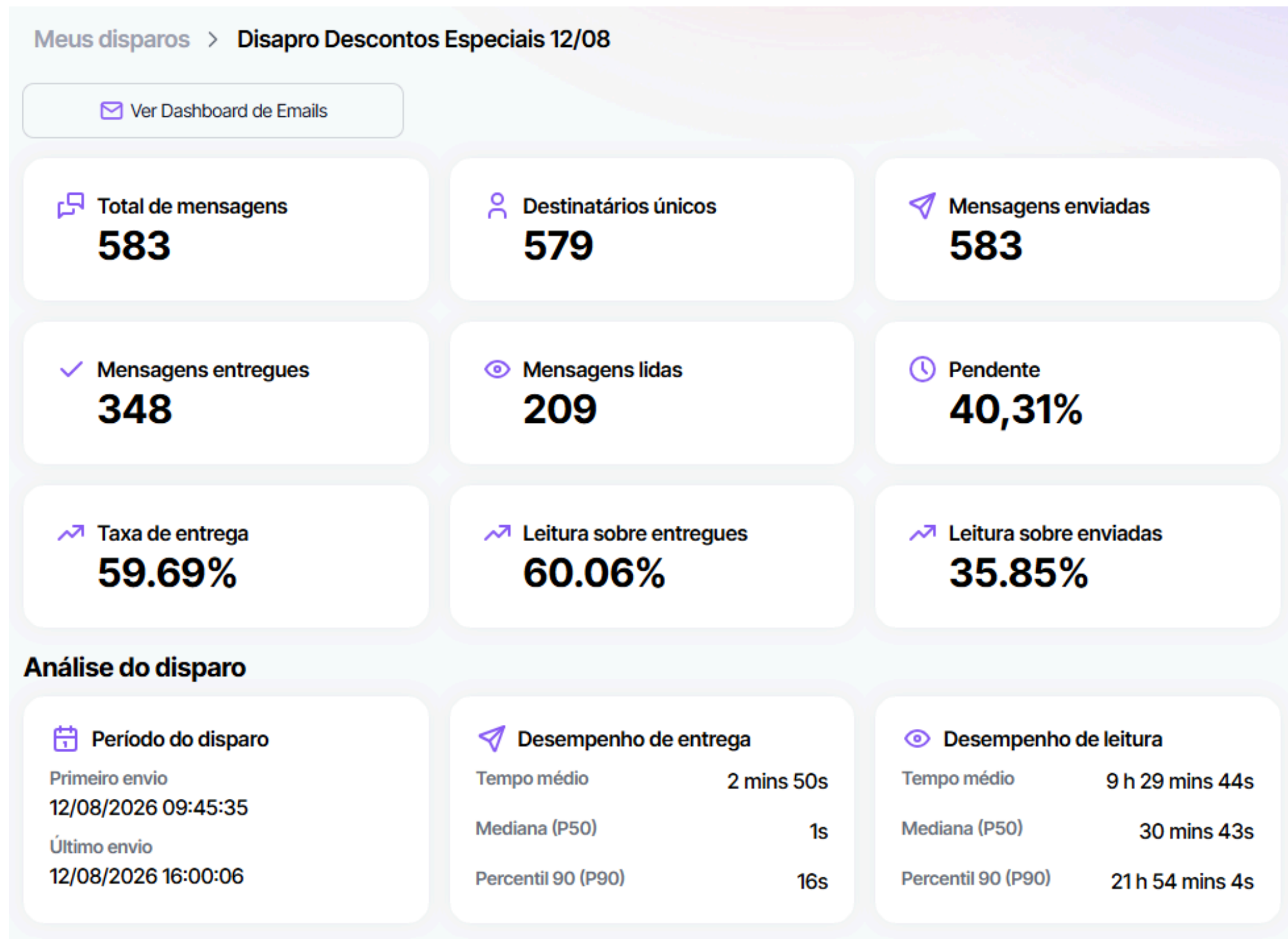
386
mensagens enviadas

84,46%
taxa de entrega

2191 mensagens lidas — 58,59% das entregues

Boa entrega e boa exposição inicial da oferta.

Disparo do dia 12 de agosto de 2026



RESUMO DO DISPARO

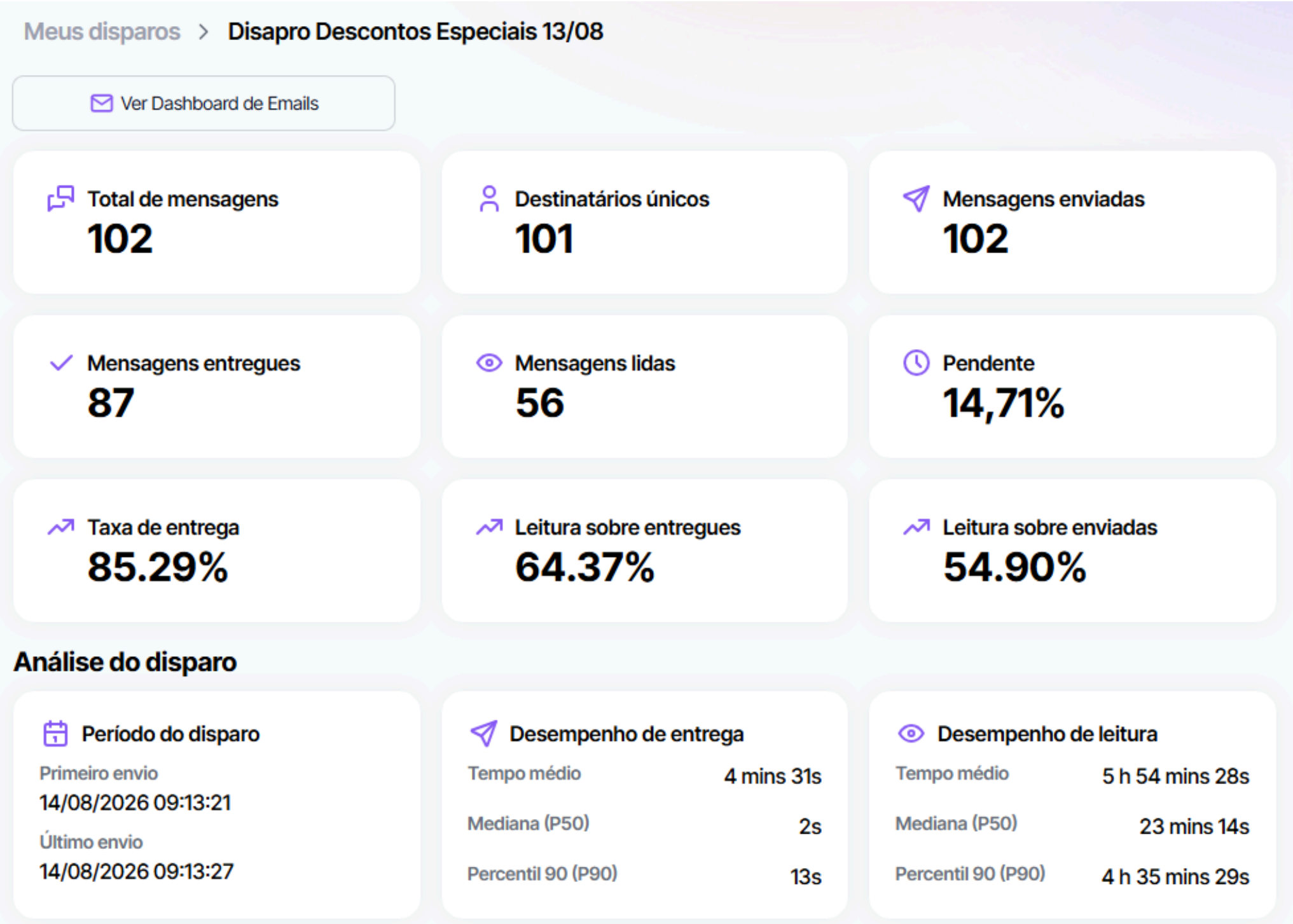
583
mensagens enviadas

59,69%
taxa de entrega

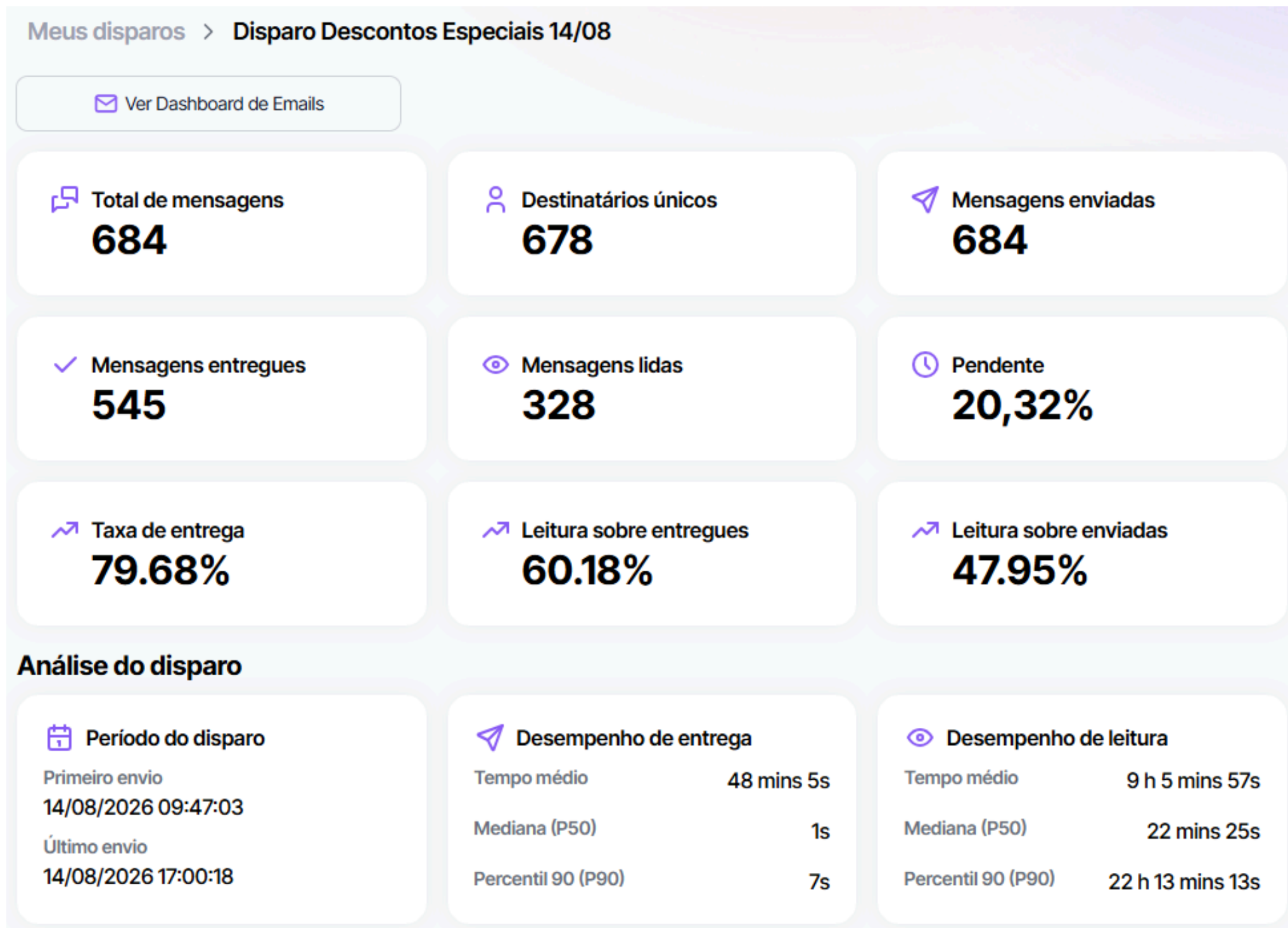
209 mensagens lidas — 60,06% das entregues

40,31% pendentes, revisar base e priorizar

Disparo do dia 13 de agosto de 2026



Disparo do dia 14 de agosto de 2026



RESUMO DO DISPARO

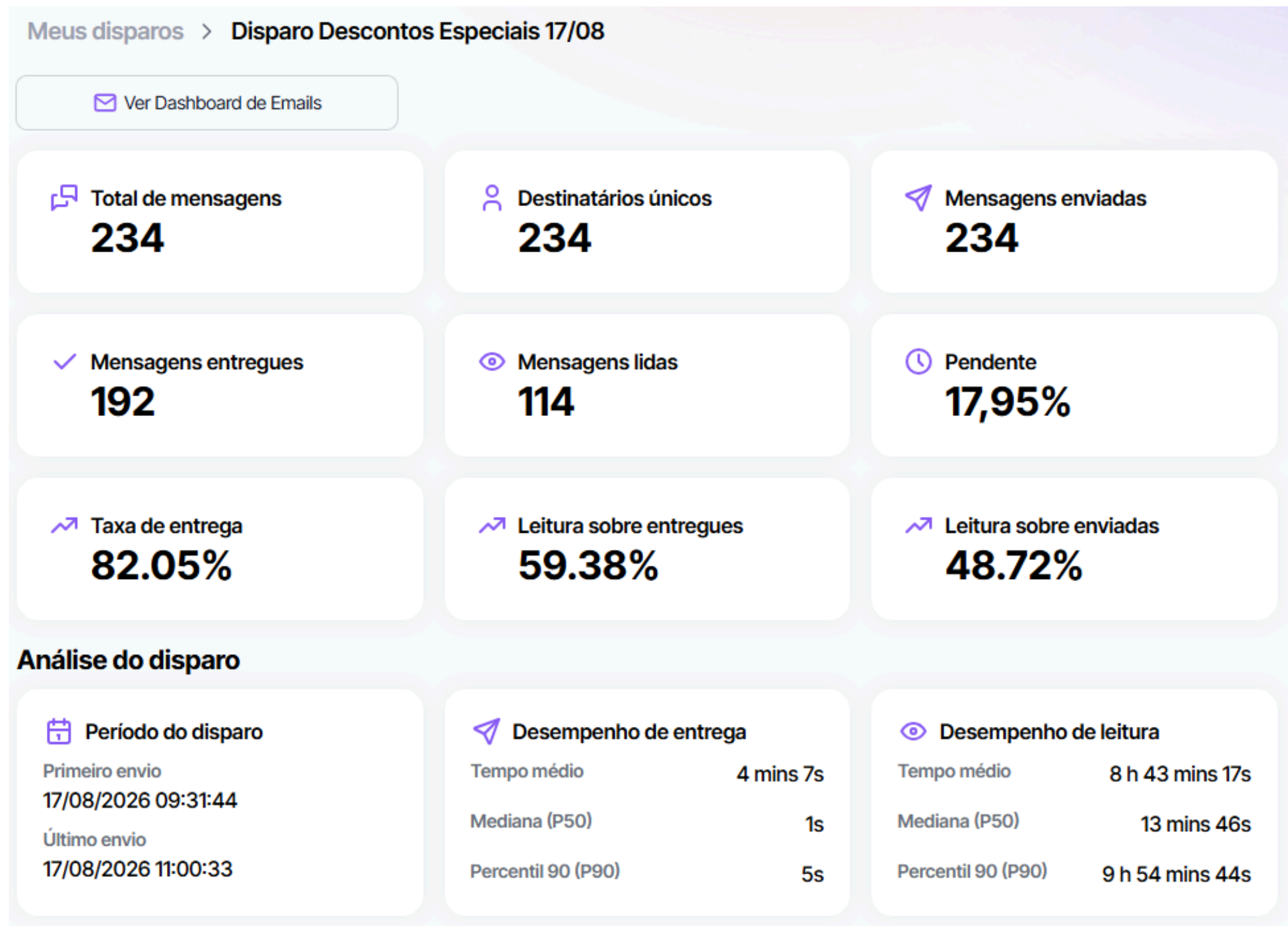
684
mensagens enviadas

79,68%
taxa de entrega

328 mensagens lidas — 60,18% das entregues

Maior disparo em volume, com 545 mensagens entregues.

Disparo do dia 17 de agosto de 2026



RESUMO DO DISPARO

234
mensagens enviadas

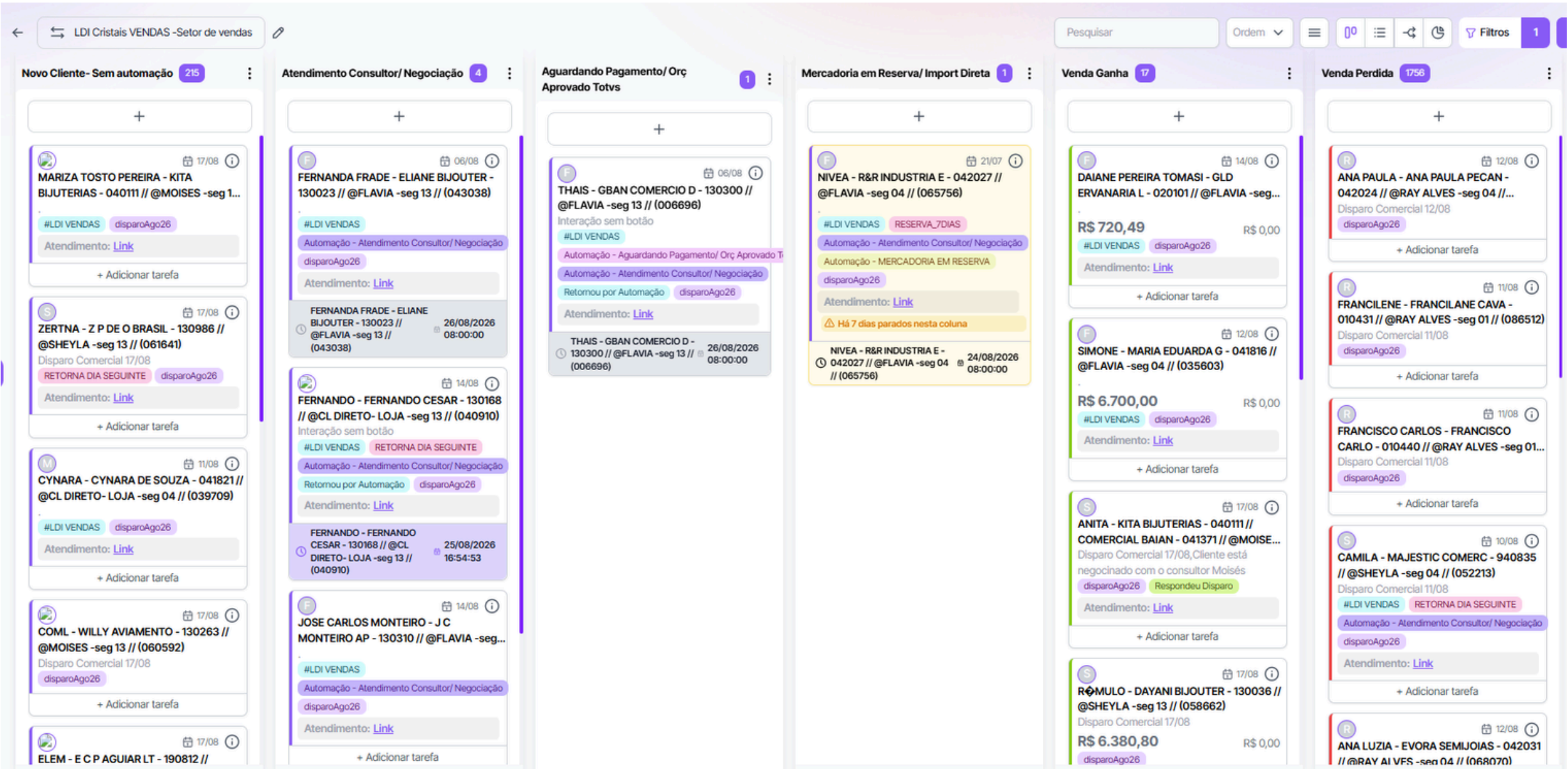
82,05%
taxa de entrega

114 mensagens lidas — 59,38% das entregues

Seis vendas registradas no CRM a partir deste disparo

CRM com leads impactados pelos disparos comerciais de agosto

atualizado em 25 de agosto de 2026



17 vendas ganhas

226 registros ainda abertos

1.755 vendas perdidas no quadro

A CAMPANHA JÁ GEROU VENDAS E AINDA TEM FILA ABERTA PARA ACOMPANHAMENTO.

Conclusão e próximos passos

A CAMPANHA GEROU VENDAS, RECEITA E UMA BASE DE CONTATOS PARA CONTINUAR TRABALHANDO.

O próximo ganho está no acompanhamento.

01

Priorizar os 226 registros abertos no CRM.

02

Follow-up dos contatos lidos e ainda sem avanço.

03

Revisar e atualizar o CRM após cada contato.

Conclusão e próximos passos

A CAMPANHA GEROU VENDAS, RECEITA E UMA BASE DE CONTATOS PARA CONTINUAR TRABALHANDO.

A campanha de agosto apresentou um resultado positivo: **alcançou 1.989 contatos**, gerou 1.497 entregas, 856 leituras confirmadas, **17 vendas ganhas e R\$ 20.102,32 em receita** registrada no CRM.

Os resultados mostram que a oferta conseguiu chamar a atenção dos clientes e gerar vendas em diferentes disparos. O dia 17/08, por exemplo, gerou seis vendas, enquanto o disparo de 12/08 concentrou a maior receita. Isso indica que a campanha teve **capacidade de gerar retorno comercial** e não dependeu de um único disparo.

Ao mesmo tempo, os dados mostram que ainda existe uma **oportunidade importante de aproveitamento da base**. O CRM possui 226 registros abertos, além de contatos que receberam ou leram a mensagem, mas ainda não avançaram para uma negociação. Portanto, o resultado final da campanha não deve ser analisado apenas pelas vendas já encerradas.

A principal conclusão é que o disparo foi efetivo comercialmente, porém, as estratégias devem se expandir para além do disparo. Trabalhando, também, aqueles que já foram impactados e não avançaram no CRM.