

KPI Dashboard — Protocolo Detox 7D

Dashboard Diário

Metrica	Formula	Meta	Alerta
Spend	(Meta Ads)	Conforme budget	-
Impressoes	(Meta Ads)	-	-
CTR (Link)	Cliques / Impressoes	> 1.5%	< 1.0% = trocar criativo
Cliques (LP)	(Meta Ads)	-	-
CPC	Spend / Cliques	< R\$1.50	> R\$2.50 = trocar publico
CPM	Spend / 1000 Impressoes	< R\$25	> R\$40 = problematico
Frequencia	Impressoes / Alcance	< 3.0	> 4.0 = fadiga de criativo
Visitantes LP	(Analytics)	-	-
Connect Rate	Visitantes / Cliques	> 90%	< 80% = pagina lenta
CVR LP	Compras / Visitantes	> 3%	< 1.5% = revisar LP
Compras Front	(Ticto)	-	-
CPA	Spend / Compras	< R\$20	> R\$30 = nao sustentavel
Revenue Front	Compras x R\$37	-	-
OB Vendidos	(Ticto)	-	-
OB Take Rate	OB / Compras	> 35%	< 20% = revisar copy OB
Upsell Vendidos	(Ticto)	-	-
Upsell CVR	Upsell / Compras	> 10%	< 5% = revisar oferta
Downsell Vendidos	(Ticto)	-	-
Revenue Total	Front + OB + Upsell + Downsell	-	-
ROAS	Revenue / Spend	> 1.5x	< 1.0x = parar e diagnosticar
RPV	Revenue / Visitantes LP	> R\$2.00	< R\$1.00 = funil quebrado
AOV	Revenue Total / Compras	> R\$55	< R\$40 = OB/Upsell fracos

North Star Metric

RPV (Revenue Per Visitor) — Meta: R\$2.00+

O RPV é a métrica que resume a saúde do funil inteiro. Se o RPV está acima de R\$2.00, o funil é escalável com qualquer CPC abaixo de R\$2.00.

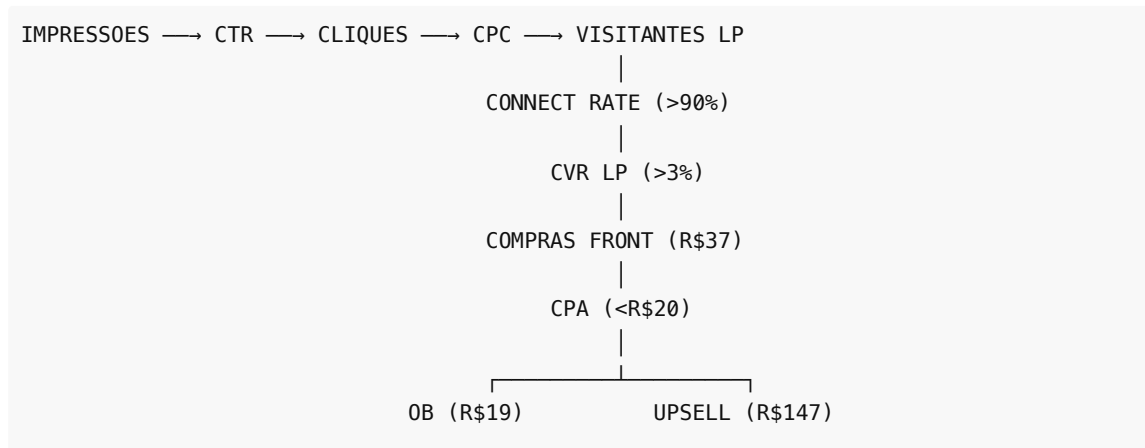
Dashboard Semanal

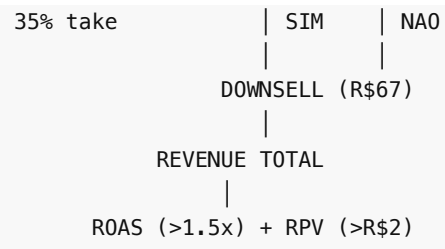
Métrica	Cálculo	Benchmark
CAC Blended	Spend / Novos Compradores	< R\$25
LTV 30d	Revenue cumulativo por cohort	> R\$75
Churn Garantia	Reembolsos / Compras	< 5%
Email Open Rate	(ActiveCampaign)	> 30%
Email CTR	(ActiveCampaign)	> 3%

Métricas de VSL (quando ativa)

Métrica	Meta	Ação
Play Rate	> 60%	< 40% = thumbnail fraco
Watch 25%	> 70%	< 50% = hook fraco
Watch 50%	> 50%	< 30% = mecanismo confuso
Watch 75%	> 35%	< 20% = perda de interesse
Watch 100%	> 20%	< 10% = vídeo muito longo
CTA Click (pos-vídeo)	> 15%	< 5% = oferta fraca

Funil Visual





22 metricas diarias | 5 semanais | 6 VSL | North Star: RPV