

INTELIGÊNCIA / GEOGROWTH BI

Do tráfego ao lucro real, tudo rastreado.

O GeoGrowth BI unifica mídia, CRM, propostas, contratos, operação, faturamento e margem para mostrar quais canais, regiões e serviços realmente geram crescimento lucrativo.

FLUXO DE INTELIGÊNCIA

Da jornada rastreada à recomendação de escala.

Este módulo transforma dados dispersos em decisão: mede conversão, prevê receita, consolida resultado e indica onde reinvestir com maior segurança.

GEOGROWTH BI

01

Trackear jornada

Pixels, CAPI, eventos, webhook, CRM e origem persistida.

SAÍDA

Lead conectado ao canal, campanha, palavra-chave, evento e histórico de contato.

02

Medir conversão

Lead, qualificado, proposta, contrato, ticket e tempo de ciclo.

SAÍDA

Conversão por etapa, SLA, ticket médio, motivo de perda e velocidade comercial.

03

Prever receita

Pipeline, probabilidade, agenda futura e capacidade operacional.

SAÍDA

Forecast por mês, região, serviço e gargalo de equipe ou equipamento.

04

Consolidar resultado

Contrato, custo, medição, faturamento e margem por obra.

SAÍDA

DRE por obra ligado ao canal de aquisição e à proposta original.

05

Recomendar escala

Canal, região, serviço, orçamento e prioridade de reinvestimento.

SAÍDA

Plano de escala com CAC alvo, ROI esperado e carteira prioritária.

Dados mínimos para ativar inteligência

- Pixel, CAPI, UTM, webhook, fonte, campanha e origem persistida.
- Status do funil, qualificação, proposta, contrato, ticket e data de cada marco.
- Agenda futura, capacidade operacional, região, serviço e prioridade comercial.
- Contrato, custo real, medição, faturamento, recebíveis, margem e DRE por obra.

Indicadores do módulo de inteligência

CAC

Custo por lead, proposta e contrato.

%

Conversão por etapa e canal.

R\$

Forecast, ticket e pipeline ponderado.

ROI

Lucro real versus mídia investida.

Integração com o funil comercial

Cada lead carrega origem, campanha, etapa, SLA e conversão até proposta e contrato, permitindo entender onde o funil acelera, trava ou perde margem.

Integração com financeiro e operação

O resultado real da obra retroalimenta a decisão de marketing: escala canais, regiões e serviços que entregam contrato, capacidade e lucro, não apenas volume de leads.