

ERP dedicado e inteligência unificada para empresas de fundações.

Uma visão integrada para transformar tráfego em lead, lead em proposta, proposta em contrato, contrato em obra medida e obra em lucro real rastreado.

APRESENTAÇÃO COMERCIAL COMPLETA

DIAGNÓSTICO | IMPLANTAÇÃO | CRESCIMENTO

01

Apresentação SONDALEAD

Proposta de valor, posicionamento, módulos e narrativa comercial da empresa.

02

Mapa comercial e operacional

Fluxo de ponta a ponta entre tráfego, CRM, proposta, contrato, operação e DRE.

03

Funil de leads e oportunidades

Organização do caminho entre lead gerado, qualificação, proposta e fechamento.

04

Proposal Engine

Orçamento técnico com viabilidade, escopo, proposta, execução e aprendizado histórico.

05

Margin Control

Controle de meta, margem, contrato, medição, faturamento e lucro real da obra.

06

GeoGrowth BI

Inteligência para medir jornada, conversão, previsão de receita e decisão de escala.

Regra de gestão SONDALEAD

Todo lead deve ter origem. Toda proposta deve ter margem. Toda obra deve ter medição. Todo faturamento deve voltar para o painel de ROI. Sem esse ciclo fechado, a empresa continua comprando tráfego sem saber o que realmente virou obra lucrativa.

Indicadores de controle

CPL

Investimento dividido por leads gerados.

CAC

Custo para conquistar contrato fechado.

ROI

Lucro bruto atribuído ao marketing.

DRE

Resultado previsto e realizado por obra.

● ERP + GROWTH INTELLIGENCE PARA FUNDAÇÕES

SONDALEAD APRESENTAÇÃO

Proposta de sistema integrado para empresas de fundações: tráfego, CRM, orçamento, obra, margem e inteligência executiva no mesmo fluxo.

Mais previsibilidade comercial

Origem do lead, conversão, CAC, follow-up e contrato acompanhados em tempo real.

Mais controle operacional

Agenda, equipe, equipamentos, obra, medição e custos conectados ao comercial.

Mais clareza de ROI

A calculadora mostra o impacto do tráfego em receita, margem e reinvestimento.

O ERP de crescimento para empresas de fundações.

A SONDALEAD nasce para resolver uma dor comum em empresas de fundações: o marketing mostra leads, o comercial negocia no WhatsApp, a operação executa em planilhas e a diretoria só enxerga a margem depois que o problema já aconteceu.

A proposta

Implantar uma central de inteligência que conecta todo o caminho da oportunidade: da busca no Google ao contrato fechado, da obra executada ao faturamento, da margem real ao próximo investimento em tráfego.

- CRM técnico para captar, qualificar e acompanhar oportunidades.
- Orçamento com escopo, custos, margem e versionamento.
- Operação de obra com agenda, equipe, equipamento e medição.
- Dashboard executivo com CAC, ROI, contratos, receita e margem.

O resultado esperado

Menos perda comercial, mais velocidade de atendimento, maior controle da execução e uma visão objetiva de quais canais, serviços e obras realmente dão lucro.

- Tráfego conectado a vendas.
- Vendas conectadas a obra.
- Obra conectada a margem.
- Margem conectada a decisão.

Não basta gerar lead. O lead precisa virar obra lucrativa.

A SONDALEAD transforma o investimento comercial em um sistema de gestão, previsibilidade e escala para empresas de fundações.

01

Atrair

Campanhas, páginas, busca local e intenção de compra.

02

Converter

WhatsApp, CRM, qualificação, proposta e follow-up.

03

Executar

Agenda, obra, medição, custos, faturamento e margem.

Os gargalos que a SONDALEAD elimina.

01

Lead sem origem confiável

A empresa investe em marketing, mas não sabe qual canal gera contrato e margem.

02

Atendimento comercial disperso

WhatsApp, planilhas e memória do vendedor substituem processo e previsibilidade.

03

Orçamento técnico lento

Oportunidades quentes esfriam por demora na composição e envio da proposta.

04

Agenda de obra desconectada

A operação não enxerga o funil futuro e o comercial não enxerga capacidade real.

05

Margem vista tarde demais

Custos, medição e faturamento aparecem depois que a obra já consumiu resultado.

06

Relatório sem decisão

O gestor recebe dados isolados, mas não recebe uma recomendação clara de escala.

Por que agora?

O mercado de fundações está cada vez mais disputado. Quem responde rápido, mede melhor e sabe reinvestir no canal certo ganha vantagem antes mesmo da obra começar.

O diferencial SONDALEAD

A empresa não vende apenas tráfego ou software isolado. A entrega é um sistema de decisão que une performance comercial, operação e margem.

Seis módulos para operar o crescimento.

O ERP SONDALEAD começa pelo que gera valor rápido, mas já nasce com arquitetura de plataforma: comercial, orçamento, obra, financeiro, cliente e inteligência executiva.

01

LeadHub

Captação, UTMs, funil, WhatsApp, qualificação e tarefas comerciais.

02

Proposal Engine

Orçamento técnico, composições, custos diretos, margem e aprovação.

03

ObraFlow

Agenda, equipes, equipamentos, diário, produtividade e medições.

04

Margin Control

Custos por obra, faturamento, recebíveis, DRE e alerta de margem.

05

Client Portal

Status, documentos, fotos, aprovações e visão executiva para o cliente.

06

GeoGrowth BI

Histórico por região, ticket, produtividade, canais rentáveis e previsão.

Calculadora SONDALEAD

A calculadora é a vitrine executiva da entrega. Ela mostra investimento, leads, conversão, contrato, receita, lucro bruto, ROI e cenários de melhoria.

Trackeamento avançado

UTMs, pixels, eventos server-side, webhooks e CRM para medir o caminho completo: lead qualificado, orçamento, contrato e valor pago.

Proposta comercial modular.

ENTRADA

Diagnóstico SONDALEAD

Mapeamento do funil, operação, maturidade digital, gargalos comerciais e plano de ação de 90 dias.

- Entrevista executiva
- Mapa lead-to-cash
- Plano de implantação

PERFORMANCE

SONDALEAD Growth

Assessoria de crescimento com tráfego, landing pages, CRM, WhatsApp, dashboard e rotina comercial.

- Google e Meta Ads
- Landing pages
- Trackeamento e ROI

PRINCIPAL

SONDALEAD ERP

SaaS vertical para CRM técnico, orçamento, programação de obra, custos, medição e portal do cliente.

- Implantação guiada
- Dados por obra
- Dashboard executivo

PREMIUM

SONDALEAD OS

Oferta completa combinando ERP, growth, BI, rotinas de gestão, comitê mensal e inteligência executiva.

- ERP + performance
- Comitê de resultado
- Plano de escala

Investimento

A proposta financeira deve ser fechada após o diagnóstico, conforme porte da operação, número de usuários, unidades, nível de implantação, volume de campanhas e integrações necessárias.

Primeiros 90 dias para provar valor.

0-15 DIAS

Diagnóstico

Levantamento do funil, canais, atendimento, orçamento, operação e dados atuais.

16-30 DIAS

Fundação comercial

CRM, origem dos leads, qualificação, status, proposta e primeiros dashboards.

31-60 DIAS

Operação conectada

Agenda, obra, equipe, medição, custos básicos e leitura de margem prevista.

61-90 DIAS

Inteligência de escala

Calculadora, ROI, relatório executivo, rotina de gestão e plano de reinvestimento.

Entregáveis do ciclo inicial

- Mapa do processo comercial e operacional.
- Funil de leads e oportunidades.
- Modelo de orçamento técnico.
- Painel de ROI e conversão.
- Relatório executivo mensal.

Indicadores acompanhados

- CPL, CAC e taxa de conversão.
- Orçamentos enviados e contratos fechados.
- Ticket médio, margem e receita atribuída.
- Capacidade operacional e agenda futura.
- Retorno por canal e recomendação de escala.

Tráfego, obra e margem no mesmo painel.

O próximo passo é abrir a calculadora, simular o funil atual e transformar a primeira reunião em um diagnóstico de crescimento para a empresa de fundações.

Ver site

Apresentação institucional da SONDALEAD com tese, método, módulos e ofertas.

[Acessar site](#)

Abrir calculadora

Simule investimento, leads, contratos, receita, lucro bruto, ROI e cenários.

[Calcular ROI](#)

Ler blueprint

Veja a estratégia de produto, ICP, proposta de valor e arquitetura do ERP.

[Abrir blueprint](#)

SONDALEAD APRESENTAÇÃO

ERP dedicado e inteligência unificada para empresas de fundações.

Material comercial inicial
Versão conceito

Da demanda ao faturamento: tudo no mesmo fluxo de gestão.

Este mapa organiza o caminho completo da empresa de fundações: tráfego, lead, qualificação, orçamento técnico, contrato, programação, execução, medição, faturamento, ROI e reinvestimento.

Legenda de áreas

- Comercial e atendimento
- Técnico e orçamento
- Operação de obra
- Financeiro e contrato
- Inteligência e decisão



Matriz operacional por área

Cada célula mostra a responsabilidade principal dentro do ERP SONDALEAD.

ÁREA	1. CAPTAR Demanda e origem	2. VENDER Qualificação e proposta	3. FECHAR Contrato e agenda	4. EXECUTAR Obra e medição	5. ESCALAR ROI e decisão
Comercial LeadHub	Registrar lead e origem UTM, canal, campanha, telefone, cidade e serviço desejado.	Qualificar oportunidade Urgência, decisor, potencial, dados da obra e próximo contato.	Follow-up e fechamento Status, motivos de perda, aceite e passagem para contrato.	Atualizar cliente Comunicação de status, documentos e expectativa de entrega.	Reativar e indicar Pós-venda, indicação, recompra e expansão de carteira.
Técnico Proposal Engine	Triar viabilidade Tipo de fundação, local, acesso, volume e premissas técnicas.	Montar escopo Visita, composição, produtividade, insumos, risco e margem.	Validar proposta Versão final, anexos, prazo, condições e responsáveis.	Apoiar execução Orientação técnica, ajustes de campo e registro de ocorrências.	Aprender com histórico Benchmark de custo, produtividade e região para novos orçamentos.
Operação ObraFlow	Ver capacidade futura Demanda prevista versus equipe, equipamento e janelas disponíveis.	Planejar mobilização Pré-check de acesso, equipamento, equipe, material e segurança.	Programar obra Calendário, responsáveis, rota, checklist e comunicação ao cliente.	Executar e medir Diário, fotos, produção, horas, insumos, ocorrências e medição.	Comparar previsto x real Produtividade, atrasos, custo operacional e capacidade de escala.
Financeiro Margin Control	Parametrizar metas Ticket, margem alvo, CAC limite e regras de aprovação.	Aprovar margem Preço mínimo, condição de pagamento, desconto e risco financeiro.	Gerar contrato Entrada, parcelas, documentos, faturamento previsto e recebíveis.	Faturar medição Nota, recebimento, inadimplência, custos e DRE da obra.	Ler lucro real Receita, lucro bruto, ROI de marketing e margem realizada.
Inteligência GeoGrowth BI	Trackear jornada Pixels, CAPI, eventos, webhook, CRM e origem persistida.	Medir conversão Lead, qualificado, proposta, contrato, ticket e tempo de ciclo.	Prever receita Pipeline, probabilidade, agenda futura e capacidade operacional.	Consolidar resultado Contrato, custo, medição, faturamento e margem por obra.	Recomendar escala Canal, região, serviço, orçamento e prioridade de reinvestimento.

Indicadores de controle

CPL

Investimento dividido por leads gerados.

CAC

Custo para conquistar contrato fechado.

ROI

Lucro bruto atribuído ao marketing.

DRE

Resultado previsto e realizado por obra.

Regra de gestão SONDALEAD

Todo lead deve ter origem. Toda proposta deve ter margem. Toda obra deve ter medição. Todo faturamento deve voltar para o painel de ROI. Sem esse ciclo fechado, a empresa continua comprando tráfego sem saber o que realmente virou obra lucrativa.

Do lead captado ao contrato pronto para virar obra.

Este funil define as etapas comerciais da SONDALEAD, os critérios de passagem entre status, os dados obrigatórios no CRM e os indicadores que conectam marketing, vendas, orçamento técnico e operação.

Metas executivas do funil

5 min

SLA ideal de primeira resposta ao lead novo.

40%

Meta de lead captado para lead qualificado.

60%

Meta de oportunidade qualificada para proposta.

25%

Meta de proposta enviada para contrato fechado.

Funil comercial SONDALEAD

01 Visitante / clique identificado **1.000**
visitas
Origem, campanha, UTM, cidade, dispositivo e página de entrada.

02 Lead captado **180**
leads
Formulário, WhatsApp, ligação ou indicação registrada no CRM.

03 Lead qualificado **72**
qualificados
Serviço, local da obra, urgência, decisor e potencial mínimo confirmados.

04 Oportunidade técnica **43**
oportunidades
Existe escopo provável, viabilidade inicial e chance real de proposta.

05 Orçamento em elaboração **30**
orçamentos
Dados técnicos, visita, composição de custo e margem em análise.

06 Proposta enviada / negociação **22**
propostas
Valor, prazo, condição de pagamento e próxima ação definidos.

07 Contrato fechado **6**
contratos
Aceite, documentação, entrada e passagem para programação da obra.

LEAD VIRA QUALIFICADO QUANDO

Tem contato válido, região atendida, serviço identificado, urgência e responsável pela decisão.

QUALIFICADO VIRA OPORTUNIDADE QUANDO

Há escopo provável, capacidade de execução, ticket mínimo e chance real de orçamento.

OPORTUNIDADE VIRA ORÇAMENTO QUANDO

Dados técnicos mínimos, visita ou premissas de cálculo foram recebidos e há margem estimável.

PROPOSTA VIRA CONTRATO QUANDO

Cliente aprovou escopo, preço, prazo, condições e documentação para programação.

Quadro de oportunidades

Novo lead

SLA

WhatsApp - Estacas

Responder em até 5 min. Coletar cidade, tipo de obra e urgência.

Formulário - Fundação residencial

Validar contato, origem da campanha e decisor.

Ligação perdida

Retornar no mesmo dia e registrar motivo da demanda.

Qualificação

FIT

Obra comercial - Região atendida

Possui localização, serviço provável e urgência alta.

Cliente recorrente

Buscar histórico, ticket anterior e margem realizada.

Baixo potencial

Sem volume, fora da região ou sem decisor identificado.

Orçamento

MARGEM

Visita técnica agendada

Coletar acesso, premissas, produtividade e prazo.

Composição em aprovação

Checar custo direto, mobilização e margem mínima.

Dados pendentes

Solicitar sondagem, projeto ou volume estimado.

Negociação

FECHAR

Proposta aprovada

Enviar contrato, entrada e data de mobilização.

Follow-up D+2

Confirmar objeção, concorrente, prazo e ajuste comercial.

Sem resposta

Automação de reativação e motivo de perda se expirar.

Campos obrigatórios no CRM

Origem e campanha

UTM, canal, criativo, palavra-chave, telefone ou indicação.

Dados da obra

Cidade, bairro, tipo de serviço, acesso, prazo e urgência.

Fit comercial

Decisor, ticket provável, concorrência, chance e prioridade.

Próxima ação

Responsável, data, status, tarefa, motivo de perda ou avanço.

Rotina de gestão do funil

- **Diário:** leads novos sem resposta, SLAs vencidos e oportunidades sem próxima ação.
- **Semanal:** conversão por etapa, propostas enviadas, contratos previstos e motivos de perda.
- **Mensal:** CPL, CAC, ROI, margem por contrato, canal mais rentável e recomendação de reinvestimento.
- **Regra central:** nenhum lead fica sem origem, nenhum orçamento sai sem margem e nenhuma oportunidade fica sem próxima ação.

TÉCNICO / PROPOSAL ENGINE

Orçamento técnico com margem, escopo e rastreabilidade.

O Proposal Engine organiza a etapa técnica entre oportunidade comercial e contrato: valida viabilidade, transforma dados de campo em escopo, calcula premissas e protege a margem antes da proposta ser enviada.

FLUXO TÉCNICO

Da triagem de viabilidade ao aprendizado histórico.

Este módulo reduz perda comercial causada por orçamento lento, proposta incompleta ou composição sem margem clara.

PROPOSAL ENGINE

01

Triar viabilidade

Tipo de fundação, local, acesso, volume e premissas técnicas.

SAÍDA

Lead técnico classificado como viável, pendente ou fora do perfil.

02

Montar escopo

Visita, composição, produtividade, insumos, risco e margem.

SAÍDA

Escopo técnico com premissas, quantidade, prazo e custo estimado.

03

Validar proposta

Versão final, anexos, prazo, condições e responsáveis.

SAÍDA

Proposta pronta para envio, com margem, validade e próxima ação.

04

Apoiar execução

Orientação técnica, ajustes de campo e registro de ocorrências.

SAÍDA

Obra executada com histórico técnico ligado ao orçamento aprovado.

05

Aprender com histórico

Benchmark de custo, produtividade e região para novos orçamentos.

SAÍDA

Base de inteligência para precificar melhor e vender com mais segurança.

Dados mínimos para abrir orçamento

- Local da obra, acesso, tipo de fundação e urgência.
- Projeto, sondagem, estimativa de volume ou premissas iniciais.
- Condição de mobilização, produtividade esperada e restrições de campo.
- Responsável técnico, responsável comercial e data da próxima ação.

Indicadores do módulo técnico

SLA

Tempo até primeira análise técnica.

%

Oportunidades que viram proposta.

R\$

Margem prevista por orçamento.

DRE

Previsto versus realizado por obra.

Integração com o funil comercial

O lead só entra em orçamento quando tem fit mínimo, dados técnicos suficientes e chance real de contratação. Assim o time técnico não vira gargalo de oportunidades sem prioridade.

Integração com a operação

A proposta aprovada vira referência para programação, medição, ocorrência de campo, custo real e aprendizado histórico para os próximos orçamentos.

FINANCEIRO / MARGIN CONTROL

Controle financeiro da margem até o lucro real.

O Margin Control conecta meta, aprovação, contrato, medição, recebíveis e DRE da obra para que cada oportunidade avance com margem protegida e resultado real visível.

FLUXO FINANCEIRO

Da meta financeira ao DRE real da obra.

Este módulo evita venda sem margem, contrato desalinhado, medição sem controle e decisão comercial baseada apenas no faturamento bruto.

MARGIN CONTROL

01 Parametrizar metas

Ticket, margem alvo, CAC limite e regras de aprovação.

SAÍDA

Política comercial com margem mínima, limite de desconto e alçadas claras.

02 Aprovar margem

Preço mínimo, condição de pagamento, desconto e risco financeiro.

SAÍDA

Proposta liberada, bloqueada ou enviada para aprovação financeira.

03 Gerar contrato

Entrada, parcelas, documentos, faturamento previsto e recebíveis.

SAÍDA

Contrato com fluxo financeiro, documentos e previsão de caixa.

04 Faturar medição

Nota, recebimento, inadimplência, custos e DRE da obra.

SAÍDA

Medição faturada com status de recebimento, custo real e desvio de margem.

05 Ler lucro real

Receita, lucro bruto, ROI de marketing e margem realizada.

SAÍDA

Resultado real por obra, canal, vendedor, cliente e tipo de fundação.

Dados mínimos para controlar margem

- Ticket estimado, fonte do lead, CAC e custo comercial alocado.
- Margem alvo, margem mínima, desconto máximo e alçada de aprovação.
- Condição de pagamento, entrada, parcelas, retenções e risco de inadimplência.
- Custo previsto, custo real, medição, nota, recebível e DRE da obra.

Indicadores do módulo financeiro

CAC

Custo de aquisição por canal.

%

Margem alvo, aprovada e realizada.

R\$

Recebíveis previstos e vencidos.

DRE

Lucro real por obra e contrato.

Integração com o funil comercial

O lead só avança quando respeita meta de ticket, CAC e margem mínima. O comercial vende com velocidade, mas dentro das regras financeiras da empresa.

Integração com a operação

A execução alimenta medição, custos reais, faturamento, inadimplência e DRE, fechando o ciclo entre proposta vendida e lucro efetivamente realizado.

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.

GESTÃO / INDICADORES DE CONTROLE

Tráfego só vale quando vira obra lucrativa.

O painel SONDALEAD acompanha CPL, CAC, ROI e DRE para provar se o investimento comercial saiu da mídia, passou pela proposta, virou contrato, foi medido e retornou como lucro real.

REGRA DE CONTROLE

Todo lead precisa fechar o ciclo financeiro da obra.

Sem esse controle, a empresa continua comprando tráfego sem saber o que realmente virou contrato, faturamento e margem realizada.

PAINEL DE GESTÃO

01

Medir CPL

Investimento dividido por leads gerados.

SAÍDA

Custo por lead por canal, campanha, palavra-chave, região e serviço.

02

Controlar CAC

Custo para conquistar contrato fechado.

SAÍDA

Custo de aquisição por obra contratada, vendedor, canal e ticket médio.

03

Ler ROI

Lucro bruto atribuído ao marketing.

SAÍDA

Retorno real por mídia, campanha, canal, região e linha de serviço.

04

Fechar DRE

Resultado previsto e realizado por obra.

SAÍDA

Comparativo entre margem vendida, custo executado, medição, faturamento e lucro real.

05

Decidir escala

Orçamento, canal, região e prioridade de reinvestimento.

SAÍDA

Reinvestimento em campanhas que geram contrato, margem e DRE positivo.

Regra de gestão SONDALEAD

- Todo lead deve ter origem.
- Toda proposta deve ter margem.
- Toda obra deve ter medição.
- Todo faturamento deve voltar para o painel de ROI.

Indicadores de controle**CPL**

Investimento dividido por leads gerados.

CAC

Custo para conquistar contrato fechado.

ROI

Lucro bruto atribuído ao marketing.

DRE

Resultado previsto e realizado por obra.

Leitura executiva

Se o CPL cai mas o CAC sobe, a empresa atrai leads ruins. Se o CAC fecha mas o DRE cai, a venda está comprando contrato sem margem. Se o ROI melhora, a escala pode ser acelerada.

Ciclo fechado

Lead sem origem não entra na análise. Proposta sem margem não deve avançar. Obra sem medição não mostra resultado. Faturamento sem DRE não ensina onde crescer.