

Marketing

O módulo de Marketing centraliza as informações e recursos utilizados para acompanhar os investimentos, campanhas e resultados das ações de divulgação da imobiliária. Por meio dele, é possível registrar os valores investidos, acompanhar indicadores de desempenho e analisar a origem dos contatos e negócios gerados, facilitando a avaliação do retorno das estratégias de marketing.

- [Como usar o Painel de Marketing?](#)
- [Como lançar os investimentos de marketing?](#)
- [Como configurar o Marketing \(origens, funis e metas\)](#)
- [Como usar o Relatório de Vendas](#)

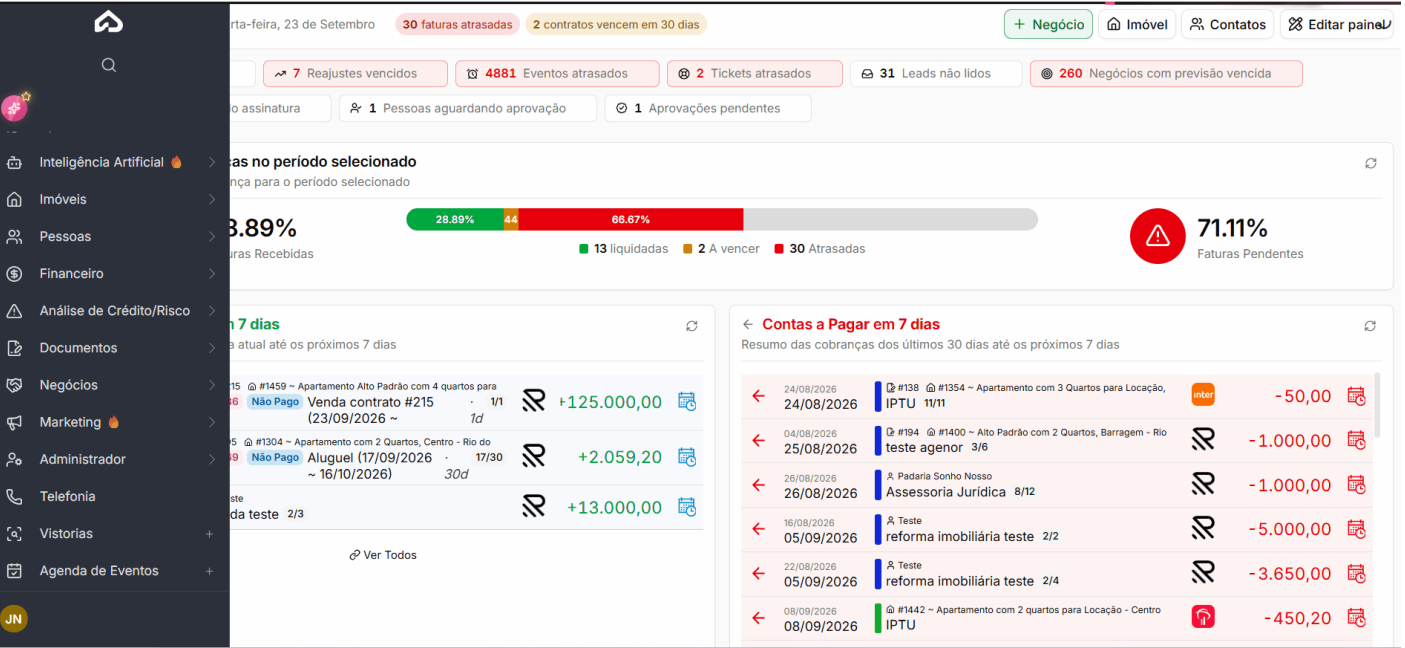
Como usar o Painel de Marketing?

A pergunta que o painel responde é simples de fazer e difícil de responder na mão: **de onde vêm os clientes, quanto custa cada um e onde eles param pelo caminho.**

Ele cruza três coisas que a imobiliária já tem — os contatos recebidos, os negócios no funil e a verba lançada em Investimentos — e transforma isso em custo por contato, custo por fechamento fechado e o caminho do primeiro contato até a assinatura.

Atenção: O painel depende de configuração. Sem as origens mapeadas e os funis configurados em **Configurações > Marketing**, boa parte dos números aparece com **travessão** e o motivo ao lado. Travessão quer dizer **ainda não dá para saber** — nunca "custou zero".

Navegação no Módulo



Rotina: Marketing > Painel de Marketing

Os filtros

Escrita	Conceito
Período	do dia 1 ao dia 9, o painel abre no mês passado inteiro, com o atalho Ver este mês ; a partir do dia 10, abre do dia 1 até hoje. Os atalhos Este mês e Mês passado ficam no filtro, e o período escolhido fica lembrado até o fim do dia.
Funil	recorta o que é negócio. Com um funil escolhido, os custos passam a ser estimados: cada canal pago entra com a parte da verba proporcional aos negócios dele naquele funil.
Canal	recorta contatos, negócios e a verba lançada.
Origem	só aparecem as origens que têm contato na empresa, da mais movimentada para a menos.
Agrupar por	mês ou dia. Sem escolha, períodos de até dois meses agrupam por dia e os maiores, por mês. Na aba Evolução, as opções Diário e Mensal ficam ao lado do gráfico.

Atenção: Escolhendo um funil, o contato que **ainda não virou negócio** aparece em todos os funis, porque ele não pertence a nenhum. Por isso somar os funis dá mais que o total — o próprio painel declara quantos contatos estão nessa situação.

Os números do período

Os indicadores vêm em dois grupos.

Quantas pessoas — o movimento do período:

 **Os números do período** ⓘ

QUANTAS PESSOAS o movimento do período

Entraram em contato ⓘ leads

6

Têm perfil ⓘ MQL

2

de 4 que viraram negócio

% com perfil ⓘ

50%

sobre quem veio de contato, não sobre a base toda

Visitaram ⓘ

13

contadas pela agenda

Fecharam negócio ⓘ

3

eram 2 no ano passado

+50%

Tempo até fechar ⓘ história toda

48 dias

mediana sobre 126 fechados

Escrita	Conceito
Entraram em contato	cada contato recebido, de qualquer origem, pela data do contato. Contato repetido da mesma pessoa conta de novo: é movimento, não cadastro.

Têm perfil	quantos dos contatos que viraram negócio reúnem as informações que a equipe considera essenciais (nota na faixa Quente ou acima). Negócios parados nas etapas que o painel deve ignorar ficam de fora. O cartão mostra também o percentual, "N% de X negócios", a partir de 10 negócios.
% com perfil	aparece dentro do cartão Têm perfil e na tabela de canais. O negócio cadastrado à mão fica de fora do cálculo de propósito.
Visitaram	cada negócio conta uma vez quando, no período, chegou à etapa de visita realizada ou teve a visita concluída na Agenda. A visita só marcada aparece em "Marcaram visita", no caminho do contato ao fechamento. O número é o mesmo no cartão, no caminho, na tabela de canais, na Evolução e em Meses e imóveis.
Fecharam (venda ou locação)	negócios ganhos, pela data do encerramento.
Valor fechado	a soma do valor dos negócios fechados no período, separada em vendas, aluguel mensal (um mês de aluguel) e sem finalidade (que junta temporada e permuta). Negócio sem valor conta em Fecharam e fica fora da soma. A linha "Cada R\$ 1 em canal pago voltou R\$ N em vendas" divide as vendas vindas de canal pago pela verba de todos os canais pagos. É o valor do negócio, não a comissão nem o lucro.
Tempo até fechar	a mediana de dias entre o cadastro do negócio e o fechamento. Olha a história toda, não o período do filtro, e por isso o cartão leva o selo "história toda".

Quanto custou — o preço de cada etapa:

QUANTO CUSTOU o preço de cada etapa — só entra verba de canal identificado

Investimento ⓘ
R\$ 0,00

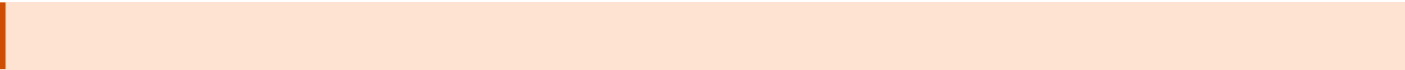
Custo por contato ⓘ CPL
—
sem verba lançada no período

Custo por perfil ⓘ CPMQL
—
sem verba lançada no período

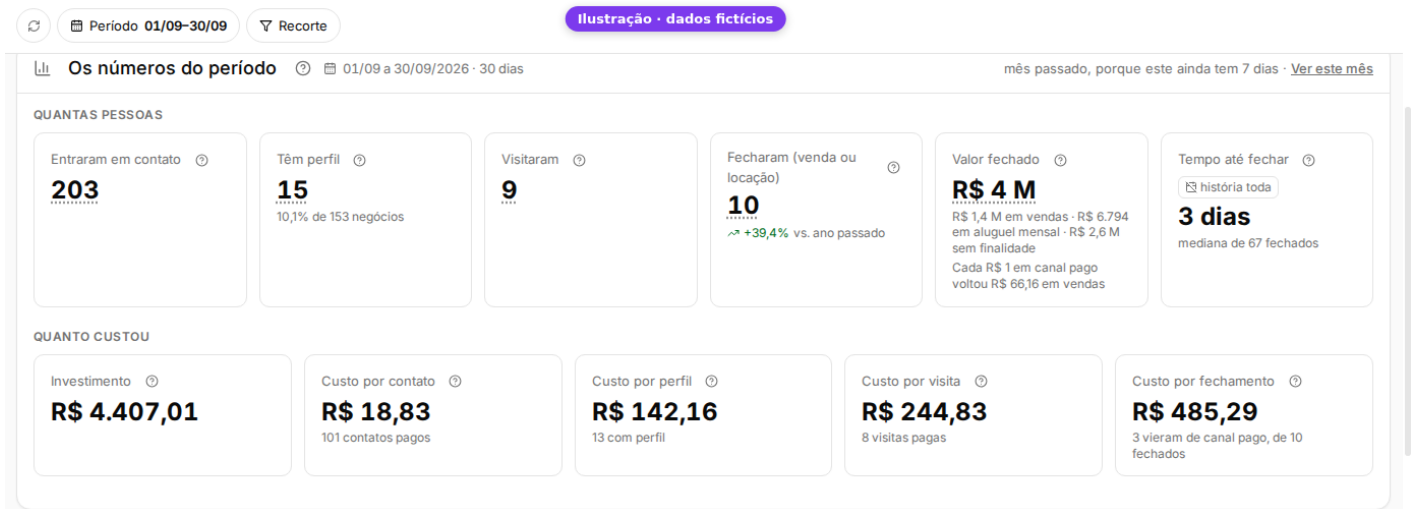
Custo por visita ⓘ
—
sem verba lançada, ou sem visita vinda de canal pago

Custo por negócio ⓘ CAC
—
sem verba lançada no período

Escrita	Conceito
Investimento	o que foi investido no período. Com um funil escolhido, aparece embaixo quanto dessa verba cabe ao funil (estimado).
Custo por contato	quanto custou cada contato vindo de canal pago.
Custo por perfil	quanto custou cada contato de canal pago que chegou com perfil.
Custo por visita	quanto custou cada visita vinda de canal pago.
Custo por fechamento	quanto custou cada negócio fechado vindo de canal pago, com a base "N vieram de canal pago, de M fechados".



Atenção: Só entra na conta de custo a verba de **canal identificado**. Contato que chega de graça fica fora dos dois lados da divisão — senão o custo sairia menor do que é. A verba sem canal aparece declarada no rodapé do bloco.



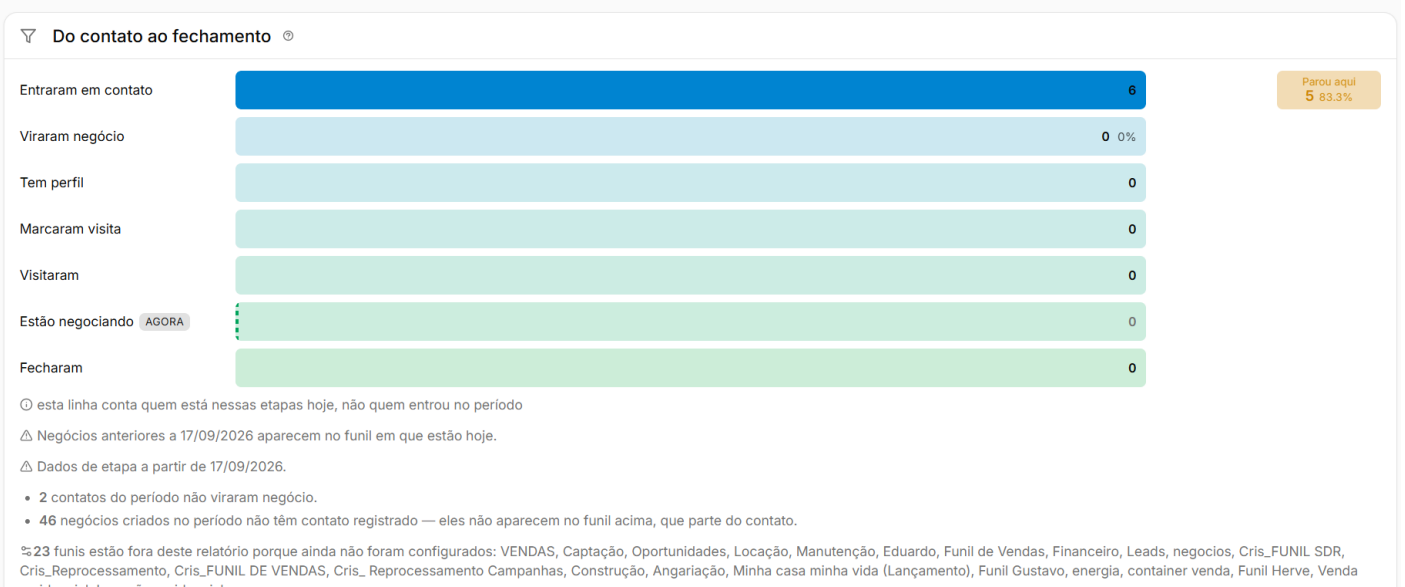
Com um funil escolhido no Recorte, os quatro custos mostram "estimado pelo funil". Exemplo: se 30 dos 100 negócios do ZAP estão no funil Locação, 30% da verba do ZAP entra no custo da Locação. A conta é feita por negócio, para a soma das partes nunca passar de 100%. Sem funil escolhido, os custos usam a verba inteira.



Atenção: O **custo por fechamento** é o número mais lento a aparecer: depende de o negócio fechar, e o tempo até fechar costuma ser maior que o mês que se está olhando. Um mês com muita verba e nenhum fechamento não significa verba perdida.

Cada cartão tem um ícone de ajuda explicando exatamente o que ele conta, e a maioria abre a **lista de quem está por trás do número** ao ser clicada. Abaixo dos cartões, quando o período é o mês corrente, o painel estima em que número o mês deve fechar — é regra de três sobre o que já entrou, e no começo do mês ela oscila muito.

Do contato ao fechamento



O caminho da pessoa, do primeiro contato até o negócio fechado, em linhas: entraram em contato, viraram negócio, têm perfil, marcaram visita, visitaram, estão negociando e fecharam.

Cada linha mostra o número, o percentual de quem passou pela etapa anterior e dois cartões ao lado:

Escrita	Conceito
Parou aqui	ficou nesta linha, não chegou à seguinte, e ainda está em andamento.
Descartados	não chegaram à linha seguinte porque o negócio foi perdido.

Atenção: Estas linhas **não são um funil de acompanhamento**: não são as mesmas pessoas descendo. Cada linha tem a própria régua de data — a de contatos conta quem chegou no período, a de visitas conta quem visitou no período, a de fechamento conta pela data em que fechou. Por isso as linhas não se somam.

Atenção: A linha **Estão negociando** é foto de **hoje**, não do período, e por isso vem destacada.

Havendo metas cadastradas para o mês, cada linha ganha a coluna de meta, com o alvo, o quanto já foi feito, o traço marcando onde o calendário está e quanto falta por dia. Funil que ainda não foi configurado **fica de fora** do relatório, com aviso — não entra como zero.

De onde vêm as pessoas

De onde vêm as pessoas

6 contatos no período, e nenhum tem canal definido ainda. Para separar anúncio pago de portal e de site, mapeie as origens em **Configurações > Marketing**. Enquanto isso, o resto do painel continua valendo — só a divisão por canal fica de fora.

Ver a tabela completa, canal por canal

De onde veio	Contatos	Viraram negócio	Com perfil	% com perfil	Visitas	Fecharam	Investido	Custo/contato	Custo/perfil
Não identificado · sem origem identificada	6	4	2	50%	13	3	—	—	—

Viraram negócio e Com perfil contam quem teve o primeiro contato dentro do período. Visitas e Fecharam contam pela data em que a visita ou o fechamento aconteceu — inclusive de negócio que não tem contato registrado. Por isso as colunas não se somam entre si.

Os contatos agrupados em três caminhos:

Escrita	Conceito
Anúncios pagos	Meta, Google e TikTok.
Portais	portais de imóveis.
Site e redes	site próprio, busca orgânica, WhatsApp, indicação e outros.

A seção é uma tabela única. Uma linha colorida soma cada grupo — Anúncios pagos em azul, Portais em amarelo e Site e redes em verde — e abaixo dela vêm os canais. Em Portais, cada portal aparece pelo nome (ZAP, VivaReal, OLX...), do menor para o maior custo por pessoa com perfil, e o mais barato ganha o selo "menor custo por perfil". As colunas Contatos, Com perfil, % com perfil, Visitas, Fecharam, Investido e Por pessoa com perfil ficam sempre à vista.

O botão **Ver tabela completa** acrescenta Viraram negócio, Por contato, Por visita, Por fechamento, Valor fechado e Vendas por R\$ 1, e a escolha fica lembrada no navegador. Com um funil escolhido, as colunas de custo levam "(estimado)". Verba lançada em portal sem dizer qual aparece na linha "Portal sem origem definida". Quando há verba num portal cujos contatos ainda aparecem como Não identificado, quem configura o Marketing vê o botão **Contar como portal**, com Desfazer por 20 segundos.

Período 01/09-30/09

Recorte

Ilustração · dados fictícios

De onde vêm as pessoas

+ Ver tabela completa

De onde veio	Contatos	Com perfil	% com perfil	Visitas	Fecharam	Investido	Por pessoa com perfil
Anúncios pagos	55	8	16,2%	3	1	R\$ 1.943,11	R\$ 107,95
Meta (Facebook e Instagram)	38	7	22,7%	1	1	R\$ 933,13	R\$ 54,89
Google	17	1	2,8%	2	0	R\$ 1.009,99	R\$ 1.009,99
Portais	46	6	16,7%	5	2	R\$ 2.464,00	R\$ 189,53
Chaves na mão menor custo por perfil	7	2	30,8%	1	0	R\$ 310,00	R\$ 77,00
OLX	8	1	14,3%	1	1	R\$ 297,00	R\$ 148,00
ImovelWeb	6	1	18,2%	1	1	R\$ 421,00	R\$ 211,00
ZAP	14	1	14,3%	1	0	R\$ 813,00	R\$ 271,00
VivaReal	11	1	10,5%	1	1	R\$ 624,00	R\$ 312,00
Site e redes	101	2	3,0%	0	1	—	—
WhatsApp	62	1	0,8%	0	1	—	—
Site próprio	24	2	21,1%	0	0	—	—
Outro	15	0	0,0%	0	0	—	—
Não identificado · sem origem identificada Mapear origens	1	0	—	1	6	—	—

Período 01/09-30/09

Recorte

Ilustração · dados fictícios

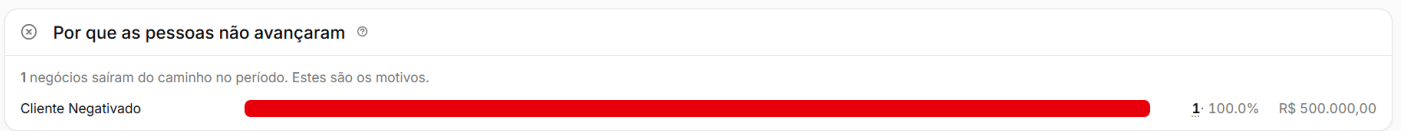
De onde vêm as pessoas

— Ver tabela resumida

De onde veio	Contatos	Viraram negócio	Com perfil	% com perfil	Visitas	Fecharam	Investido	Por pessoa com perfil	Por contato	Por visita	Por fechamento	Valor fechado	Vendas por R\$1
Anúncios pagos	55	48	8	16,2%	3	1	R\$ 1.943,11	R\$ 107,95	R\$ 15,30	R\$ 277,59	R\$ 971,56	R\$ 187.351	R\$ 41,20
Meta (Facebook e Instagram)	38	32	7	22,7%	1	1	R\$ 933,13	R\$ 54,89	R\$ 10,60	R\$ 311,04	R\$ 466,56	R\$ 187.351	R\$ 85,80
Google	17	15	1	2,8%	2	0	R\$ 1.009,99	R\$ 1.009,99	R\$ 25,90	R\$ 252,50	—	—	R\$ 0,00
Portais	46	34	6	16,7%	5	2	R\$ 2.464,00	R\$ 189,53	R\$ 23,03	R\$ 223,99	R\$ 493,00	R\$ 496.048	R\$ 85,85
Chaves na mão menor custo por perfil	7	6	2	30,8%	1	0	R\$ 310,00	R\$ 77,00	R\$ 18,21	R\$ 103,00	—	—	R\$ 0,00
OLX	8	6	1	14,3%	1	1	R\$ 297,00	R\$ 148,00	R\$ 16,48	R\$ 99,00	R\$ 297,00	R\$ 323.790	R\$ 469,26
ImovelWeb	6	5	1	18,2%	1	1	R\$ 421,00	R\$ 211,00	R\$ 30,00	R\$ 421,00	R\$ 421,00	R\$ 1.204	R\$ 0,00
ZAP	14	9	1	14,3%	1	0	R\$ 813,00	R\$ 271,00	R\$ 24,63	R\$ 271,00	—	—	R\$ 0,00
VivaReal	11	8	1	10,5%	1	1	R\$ 624,00	R\$ 312,00	R\$ 25,00	R\$ 624,00	R\$ 207,83	R\$ 171.054	R\$ 115,95
Site e redes	101	72	2	3,0%	0	1	—	—	—	—	—	R\$ 207.561	—
WhatsApp	62	52	1	0,8%	0	1	—	—	—	—	—	R\$ 207.561	—
Site próprio	24	8	2	21,1%	0	0	—	—	—	—	—	—	—
Outro	15	11	0	0,0%	0	0	—	—	—	—	—	—	—
Não identificado	1	0	0	0,0%	0	0	—	—	—	—	—	—	—

Atenção: Contato sem canal definido aparece como **Não identificado** e fica fora dos caminhos. Quando o percentual não identificado está alto, o caminho é mapear as origens em **Configurações > Marketing** — o resto do painel continua valendo.

Por que as pessoas não avançaram

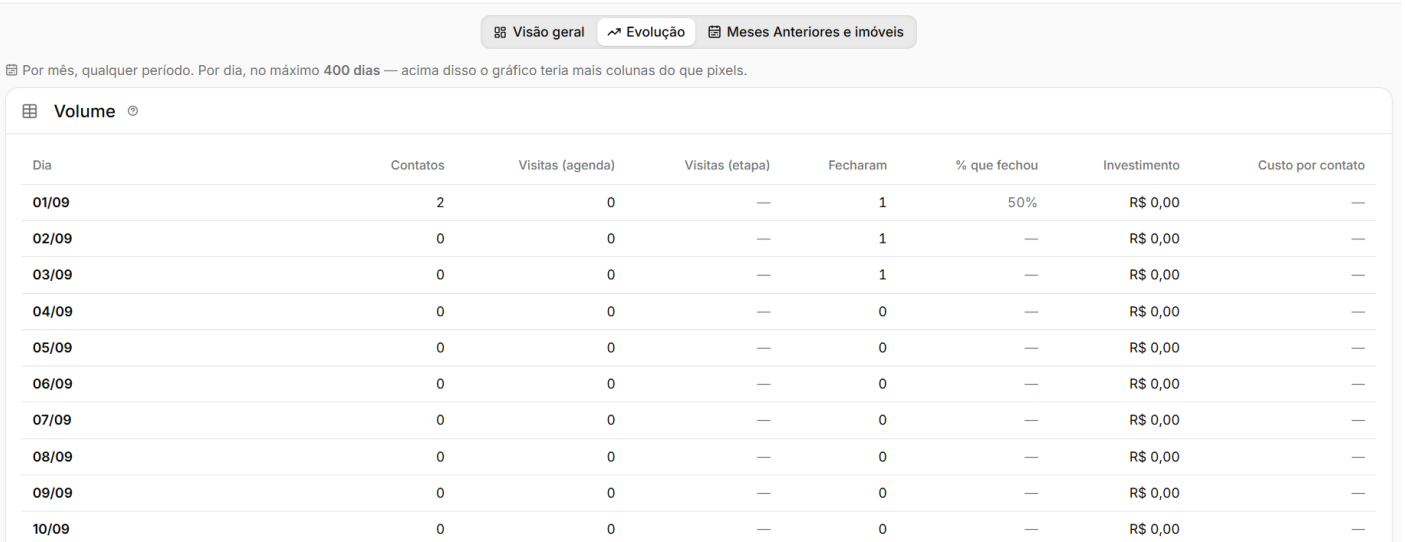


Os motivos registrados no encerramento dos negócios perdidos, com quantidade, percentual e valor.

O valor soma apenas os negócios **com preço preenchido** — o painel declara quantos ficaram de fora dessa coluna.

Atenção: A perda é datada pela **data de encerramento**. Não havendo encerramento registrado, pela data de criação.

A aba Evolução



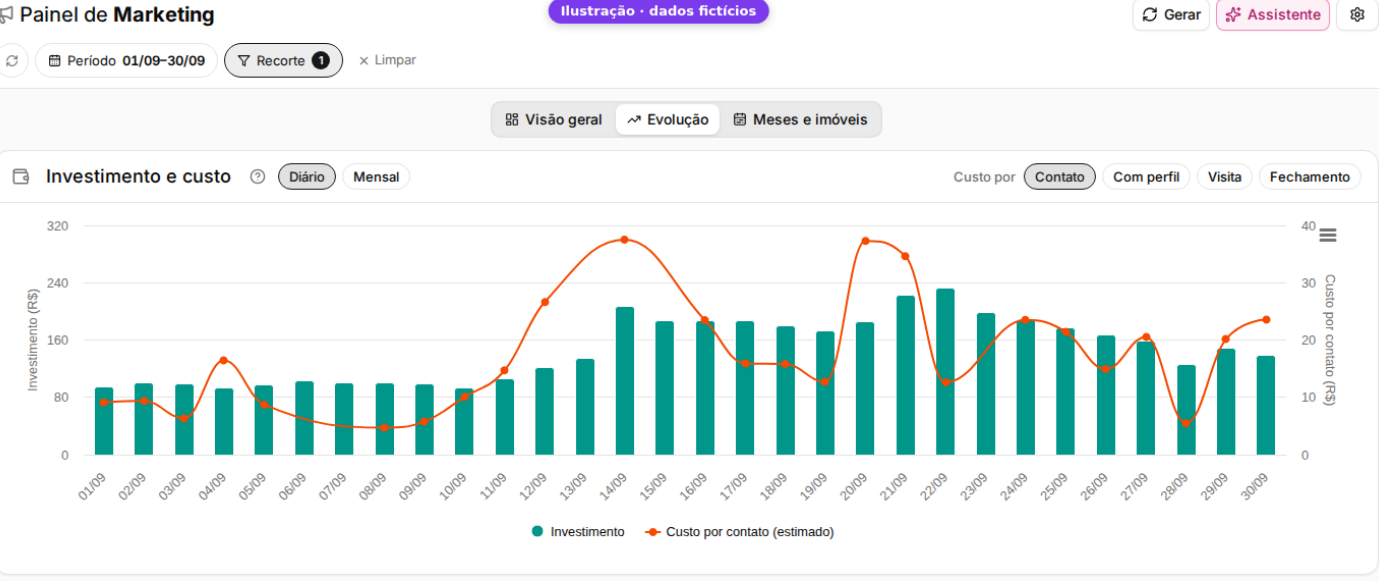
A mesma leitura ao longo do tempo, em dois blocos:

Escrita	Conceito
Investimento e custo	o gráfico vem primeiro: a verba em barras e a linha de custo, contínua. Em Custo por , escolha Contato, Com perfil, Visita ou Fechamento; em Diário ou Mensal , o agrupamento.
Volume	a tabela por dia ou mês, em três grupos de colunas: Quantas pessoas (Contatos, Com perfil, Visitas, Fecharam), Quanto custou (Investimento e o custo por contato, perfil, visita e fechamento, com "(estimado)" quando há funil) e Detalhe das visitas (Na agenda, Pela etapa, % que fechou). Abre completa; "Menos colunas" fica lembrado.

Mês sem fechamento pago

o custo por fechamento aparece com traço, e não com zero.

Por mês, qualquer período. Por dia, no máximo **400 dias**.



Período 01/09-30/09Recorte 1Limp

Ilustração · dados fictícios

Dia	QUANTAS PESSOAS				QUANTO CUSTOU (ESTIMADO)					DETALHE DAS VISITAS			Menos colunas
	Contatos	Com perfil	Visitas	Fecharam	Investimento	Por contato	Por perfil	Por visita	Por fechamento	Na agenda	Pela etapa	% que fechou	
01/09	9	1	0	0	R\$ 94,80	R\$ 9,12	R\$ 27,38	—	—	0	0	0%	
02/09	5	0	0	0	R\$ 100,88	R\$ 9,38	—	—	—	0	0	0%	
03/09	4	1	1	1	R\$ 99,25	R\$ 6,33	R\$ 31,66	—	—	1	1	25%	
04/09	3	0	0	0	R\$ 93,40	R\$ 16,43	—	—	—	0	0	0%	
05/09	5	0	1	0	R\$ 97,62	R\$ 8,73	—	R\$ 41,07	—	1	1	0%	
06/09	1	0	0	0	R\$ 102,77	—	—	—	—	0	0	0%	
07/09	2	0	0	0	R\$ 100,58	—	—	—	—	0	0	0%	
08/09	3	0	0	0	R\$ 100,96	R\$ 4,71	—	—	—	0	0	0%	
09/09	4	0	0	1	R\$ 99,42	R\$ 5,76	—	—	—	0	0	25%	

Atenção: Intervalo **parcial** — o mês em andamento, por exemplo — aparece marcado. A barra é menor porque cobre menos dias, não porque o resultado caiu, e o número **não** é projetado para o intervalo cheio.

Mudanças de configuração que alteram a forma de contar aparecem marcadas com a data: comparar antes e depois dessa data compara régua diferentes.

A aba Meses e imóveis

Como está o mês comparado aos anteriores

Comparar com3 meses6 meses12 meses

Pessoas que entraram em contato

O primeiro sinal de interesse — alguém pediu informação sobre um imóvel.

6 em 23 dias

04/202605/202606/202607/202608/202609/2026

Nesse ritmo o mês fecha em ~8.

Com perfil de comprar

Negócios cuja pontuação atingiu a faixa Quente, configurada em Negócios.

0 em 23 dias

04/202605/202606/202607/202608/202609/2026

⚠ A pontuação é recalculada todo dia sobre o estado atual do negócio. Meses já fechados podem mudar de valor, e negócio encerrado antes da última atualização do sistema ainda não tem nota.

Visitaram um imóvel

O momento em que o interesse vira algo concreto.

0 em 23 dias

04/202605/202606/202607/202608/202609/2026

Fecharam negócio

Negócio ganho — venda ou locação.

0 em 23 dias

04/202605/202606/202607/202608/202609/2026

Top 10 imóveis que mais atraem interesse

Imóvel	Bairro / cidade	Se interessaram	Têm perfil	% com perfil	Visitaram	% que visitou	Valor	Observação
Casa com 3 Quartos para Locação, Fundo Canoas - Rio do Sul- 3 dormitórios	Fundo Canoas / Rio do Sul	2	1	50%	0	0%	R\$ 1.000,00	—
Casa com 2 Quartos de Temporada, Rainha - Rio do Sul- 2 dormitórios	Rainha / Rio do Sul	2	0	0%	0	0%	—	—

Escrita	Conceito
Como está o mês comparado aos anteriores	os cartões "O período e os meses anteriores" usam os mesmos nomes e números da Visão geral — Entraram em contato, Têm perfil, Visitaram e Fecharam (venda ou locação) —, cada um com a cor da sua etapa, com o histórico dos meses ao lado.
Top 10 imóveis que mais atraem interesse	os imóveis com mais negócios interessados, com a posição (os três primeiros em destaque), a foto, o título (que abre o cadastro em outra aba) e uma linha com endereço, bairro e dormitórios. As colunas vêm agrupadas em "Interesse no período" e "Sobre o imóvel".
Onde estão os imóveis e quais estão sendo procurados	bairro a bairro, quantos imóveis receberam pelo menos um contato e quantos ninguém procurou, com o tempo médio para vender e para alugar.

Atenção: A pontuação que define **perfil** é recalculada todo dia sobre o estado atual do negócio. Meses já fechados podem mudar de valor — comparar com um print antigo pode dar diferença sem que nada esteja errado.

Atenção: A barra do bairro mede **procura**, não venda. E os tempos de venda e locação olham a história toda, não o período filtrado.

Período 01/09-30/09

Recorte 1

x Limpar

Ilustração · dados fictícios

Top 10 imóveis que mais atraem interesse

Imóvel	INTERESSE NO PERÍODO					SOBRE O IMÓVEL		Menos colunas
	Se interessaram	Têm perfil	Visitaram	% com perfil	% que visitou	Valor	Observação	
1 Apartamento 2 quartos para locação no Centro Rua Exemplo, 100 · Centro / Cidade Exemplo · 2 dormitórios	4	1	0	25%	0%	R\$ 684,00	interesse sem visita	
2 Casa 3 quartos com quintal no Jardim das Flores Rua Exemplo, 137 · Jardim das Flores / Cidade Exemplo · 2 dormitórios	4	0	0	0%	0%	R\$ 688,00	interesse sem visita	
3 Apartamento 1 quarto mobiliado perto do shopping Rua Exemplo, 174 · Centro / Cidade Exemplo · 2 dormitórios	3	0	0	0%	0%	R\$ 688,00	interesse sem visita	
4 Sobrado 3 quartos no Bairro Novo Rua Exemplo, 211 · Bairro Novo / Cidade Exemplo · 2 dormitórios	3	0	0	0%	0%	R\$ 774,00	interesse sem visita	
5 Kitnet para locação no Centro Rua Exemplo, 248 · Centro / Cidade Exemplo · 2 dormitórios	2	0	0	0%	0%	—	interesse sem visita	
6 Apartamento 2 quartos com varanda Rua Exemplo, 285 · Vila Nova / Cidade Exemplo · 2 dormitórios	2	0	0	0%	0%	—	—	
7 Casa térrea 2 quartos no Vila Nova Rua Exemplo, 322 · Vila Nova / Cidade Exemplo · 2 dormitórios	2	0	0	0%	0%	—	—	
8 Condomínio Residencial Exemplo Rua Exemplo, 359 · Jardim Europa / Cidade Exemplo · 2 dormitórios	2	0	0	0%	0%	—	—	
9 Residencial Parque das Árvores Rua Exemplo, 396 · Parque das Árvores / Cidade Exemplo · 2 dormitórios	1	0	1	0%	100%	—	—	
10 Terreno 250 m² no Loteamento Sol Rua Exemplo, 423 · Loteamento Sol / Cidade Exemplo · 3	1	1	1	100%	100%	—	—	

Ver quem está por trás do número

Período

Recorte

Visão geralEvoluçãoMeses Anteriores e imóveis

Os números do período

QUANTAS PESSOAS o movimento do período

Entraram em contato leads6

Têm perfil MQL2de 4 que viraram negócio

% com perfil 50% sobre quem veio de contato, não sobre a base toda

Visitaram 13 contadas pela agenda

Fecharam negócio 3eram 2 no ano passado +50%

Tempo até fechar 48 diasmediana sobre 126 fechados

QUANTO CUSTOU o preço de cada etapa — só entra verba de canal identificado

Investimento R\$ 0,00

Custo por contato CPLsem verba lançada no período

Custo por perfil CPMQLsem verba lançada no período

Custo por visita sem verba lançada, ou sem visita vinda de canal pago

Custo por negócio CACsem verba lançada no período

No ritmo de 23 de 30 dias, o mês fecha em torno de 8 contatos e 4 negócios. É regra de três sobre o que já entrou — no começo do mês ela oscila muito.

Do contato ao fechamento

Entraram em contato6

Viraram negócio0 0%

Parou aqui 5 83.3%

Números clicáveis abrem um painel lateral com os registros que os compõem, com o botão Carregar mais para trazer o próximo bloco. A lista pode ser ordenada por **Mais recentes** ou **Nome (A-Z)**, mostra o responsável de cada negócio, abre a ligação pelo telefone (com o atalho do WhatsApp) e tem o botão **Exportar**, que baixa a lista inteira em planilha, até 20.000 linhas. O Exportar aparece para quem pode exportar contatos ou negócios.

Entraram em contato



Mostrando 25 de 91

Ilustração · dados fictícios

- Mais recentes
- Nome (A-Z)
- Exportar

Ana Souza Aluguel +55 (11) 92111-0000 · WhatsApp 30/09/2026 11:38 Google · Google Ads Ver no CRM Ver o negócio	Arquivado
Bruno Martins Aluguel +55 (11) 93222-0000 · WhatsApp 30/09/2026 09:43 Portal de imóveis · OLX Ver no CRM Ver o negócio	Arquivado
Carla Dias Aluguel +55 (11) 94333-0000 · WhatsApp 30/09/2026 04:14 Meta (Facebook e Instagram) · Patrocinado Ver no CRM Ver o negócio	Arquivado
Diego Alves Aluguel +55 (11) 95444-0000 · WhatsApp 30/09/2026 00:15 Portal de imóveis · Portal - VivaReal Ver no CRM Ver o negócio	Arquivado
Elisa Ramos Aluguel +55 (11) 96555-0000 · WhatsApp 30/09/2026 17:57	Arquivado
Carregar mais	

Atenção: A lista respeita a **permissão de acesso ao negócio**; o número do relatório, não. Por isso a lista pode ser menor que o número — quando isso acontece, o painel informa

Perguntas frequentes

- **Vários números estão com travessão.** Travessão significa que falta configuração ou falta verba lançada, não que o valor seja zero. O motivo aparece ao lado do próprio número.
- **O custo por contato está vazio.** Não há verba lançada no período, ou a verba lançada está sem canal definido. Confira **Marketing > Investimentos** e o mapa de origens.
- **Quase todos os contatos aparecem como "não identificado".** As origens ainda não foram mapeadas. Vá em **Configurações > Marketing**, aba **Origens**.
- **Um funil não aparece no relatório.** Funil não configurado fica de fora em vez de entrar como zero. Configure as etapas em **Configurações > Marketing**, aba **Funis**.
- **Somei os funis e deu mais que o total.** Contato que ainda não virou negócio aparece em todos os funis. O painel informa quantos são.
- **As linhas do caminho não fecham entre si.** Cada linha tem a própria régua de data. Elas não são as mesmas pessoas descendo — não devem ser somadas nem subtraídas.
- **"Estão negociando" não bate com o período.** Essa linha é foto de hoje, não do período filtrado.
- **Investi bastante este mês e o custo por fechamento está vazio.** Ele depende de negócio fechado. Como o tempo até fechar costuma passar do mês, é normal o número demorar a aparecer.
- **O número de um mês fechado mudou desde a última vez que olhei.** A pontuação de perfil é recalculada diariamente sobre o estado atual dos negócios.
- **A lista que abriu tem menos registros que o número.** A lista aplica a sua permissão de acesso aos negócios. O painel informa quantos ficaram ocultos.
- **A barra de um intervalo caiu de repente.** Verifique se o intervalo está marcado como parcial — ele cobre menos dias que os demais.
- **Onde defino o que é "ter perfil"?** Em **Configurações > Negócios**, aba **Pontuação do Negócio**, onde ficam os critérios e o corte.
- **O número de visitas diminuiu.** Visitaram conta só a visita realizada. A visita apenas marcada aparece em "Marcaram visita".
- **O custo aparece como "estimado".** Há um funil escolhido no Recorte. A verba de cada canal pago é dividida pela parte dos negócios dele em cada funil.

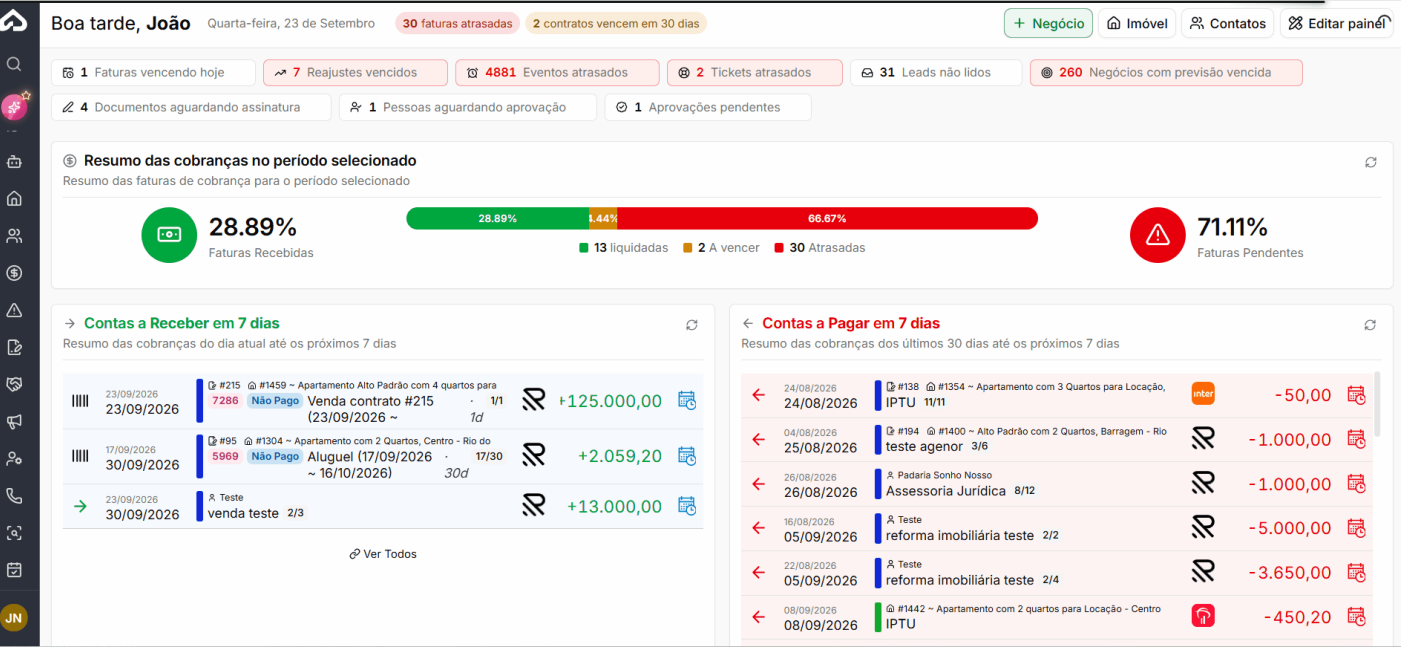
→ **Meu portal não aparece separado.** Em Configurações > Marketing, aba Origens, ligue a origem daquele portal ao canal Portal de imóveis. Origens do mesmo portal com nomes diferentes podem ser juntadas pela coluna Nome no painel.

Como lançar os investimentos de marketing?

Custo por contato, custo por perfil e custo por negócio fechado só existem porque alguém disse ao sistema **quanto foi gasto e onde**. É isso que esta tela faz.

O lançamento tem três caminhos: **à mão**, para a verba avulsa; por **recorrência**, para o que se repete todo mês; e **sincronizado**, ligando a conta de anúncio para o gasto entrar sozinho, dia a dia.

Navegação no Módulo



Rotina: Marketing > Investimentos

Lançar um investimento à mão

Lançando investimento

Onde foi investido *

Lançado à mão

Campanha ?

Início do período *

__/__/__

Fim do período ? *

__/__/__

Valor investido *

0,00

Origem de contato correspondente ?

Selecione...

Para que serviu

Selecione...

Observações

✓ Gravar

×

Fechar

O botão **Lançar investimento** abre o formulário:

Escrita	Conceito
Onde foi investido	Portal de imóveis, Meta (Facebook e Instagram), Google, TikTok, Site próprio ou Outro (placa, panfleto, evento...). O campo não vem marcado: escolha sempre.
Campanha	opcional, serve para separar dois investimentos no mesmo canal.
Início do período e Fim do período	Data inicial e final que aconteceu o lançamento
Valor investido	Valor que foi investido
Origem de contato correspondente	é o que liga este investimento aos contatos que ele gerou. Em verba de portal, o campo se chama Qual portal? , é obrigatório e mostra só os portais (o link "Ver todas as origens" abre a lista completa).
Para que serviu	captar cliente, captar imóvel ou os dois.
Observações	Colocar observações ao lançamento

Atenção: O **fim do período** é obrigatório porque é ele que permite dividir o valor pelos dias. Uma assinatura anual de portal aparece no painel só com a fatia do mês que está sendo olhado, enquanto o extrato continua mostrando o valor cheio.

Atenção: Sem a **origem de contato correspondente**, o valor entra no total investido mas fica **fora do custo por contato**. É o erro mais comum: a verba aparece, o custo não.

Lançando investimento

Ilustração · dados fictícios

Onde foi investido *

Portal de imóveis

Campanha

Plano destaque

Início do período *

01/06/2025

Fim do período *

30/06/2025

Valor investido *

500,00

Qual portal? *

Portal - Chaves na mão

Ver todas as origens

Para que serviu

Selecione...

O primeiro contato de Portal - Chaves na mão é de abril/2026; este investimento começa em junho/2025. Os meses antes disso terão verba sem nenhum contato e vão encarecer o custo por contato.

Observações

Cobre 30 dias. Período menor filtrado usa a parte proporcional.

Gravar

Fechar

Quando o início da verba é anterior ao mês do primeiro contato daquela origem, o formulário avisa: os meses antes disso terão verba sem nenhum contato e vão encarecer o custo por contato. O aviso não impede gravar.

Ao gravar verba de portal com uma origem que ainda não conta como portal, quem configura o Marketing já vê essa origem contando como Portal de imóveis no painel. Quem não configura recebe um aviso para pedir a ligação.

O formulário informa quantos dias aquele lançamento cobre, conforme as datas são preenchidas.

Recorrências

Conecte para o gasto entrar sozinho, dia a dia. A conexão do Google Ads é separada da agenda do Google: quem já usa a agenda precisa conectar aqui também, uma vez.

☐ Li e concordo com a [política de privacidade](#), incluindo o compartilhamento de dados com o Google Ads. Você pode remover o vínculo com sua conta a qualquer momento.

Nenhuma conta de anúncio ligada. Enquanto isso, o investimento só entra pelo lançamento manual.

Recorrências

+ Nova recorrência

Campanha	Frequência	Valor por ciclo	Lançamentos gerados	Situação
Portal ZAP	Mensal	R\$ 1.000,00	0	Ativa

Investimentos do Período

Q Busca Inteligente: Buscar por campanha...
 Tipo: Selecione...
 Onde foi investido: Selecione...
 Período: __/__/__ até __/__/__

Q Buscar

☐ ☐ Tipo Início ↓ Fim Dias Onde foi investido Campanha Origem Valor

A recorrência lança o valor sozinha, **um lançamento por ciclo**, para a verba que se repete — a mensalidade do portal, o pacote fixo de anúncios.

O botão **Nova recorrência** pede:

Nova recorrência de investimento

A recorrência lança o valor sozinha, um lançamento por ciclo. Cada ciclo cobre um período fechado — é isso que permite dividir a verba pelos dias ao filtrar um mês.

Onde é investido *
 Lançado à mão

Campanha

Frequência *
 Semanal

A cada *
 1

Valor por ciclo *
 0,00

Começa em *
 __/__/__

Termina em *
 __/__/__

Origem de contato correspondente *
 Selecione...

Para que serve
 Selecione...

Observações

Gravar Fechar

Escrita	Conceito
Onde é investido e Campanha	Aonde foi investido a recorrência
Frequência e A cada	1 significa todo ciclo, 2 a cada dois ciclos.
Valor por ciclo	Valor por ciclo de cobrança
Começa em e Termina em	o fim pode ficar vazio, e a regra passa a não ter prazo.

Origem de contato correspondente	é o que liga este investimento aos contatos que ele gerou.
Para que serve e Observações	captar cliente, captar imóvel ou os dois.

A tabela mostra a campanha, a frequência, o valor por ciclo, quantos lançamentos a regra já gerou e se ela está **Ativa** ou **Parada**.

Três ações por recorrência:

Escrita	Conceito
Editar	altera a regra.
Parar	para de gerar novos lançamentos; os já gerados continuam valendo.
Excluir	apaga a regra e os lançamentos que ela gerou .

Atenção: A diferença entre **parar** e **excluir** é o histórico. Parar preserva o que já foi gasto; excluir apaga, e o custo dos meses anteriores muda junto.

Os ciclos são gerados de madrugada, um por vez. Para gerar na hora o que está faltando, use o botão **Gerar lançamentos**, ao lado de Nova recorrência: ele não duplica o que já existe. A recorrência nova já abre como mensal.

Ligar a conta de anúncio

 Contas de anúncio

Ligue a conta de anúncio e o gasto entra sozinho, dia a dia, por campanha. O que entra por aqui aparece na lista abaixo com o tipo **sincronizado**.

**Meta**

Conecte para o gasto entrar sozinho, dia a dia. Quem já conectou o Facebook antes precisa conectar de novo, uma vez, para liberar a leitura de anúncios.

☐ Li e concordo com a [política de privacidade](#), incluindo o compartilhamento de dados com o Meta. Você pode remover o vínculo com sua conta a qualquer momento.



**Google Ads**

Conecte para o gasto entrar sozinho, dia a dia. A conexão do Google Ads é separada da agenda do Google: quem já usa a agenda precisa conectar aqui também, uma vez.

☐ Li e concordo com a [política de privacidade](#), incluindo o compartilhamento de dados com o Google Ads. Você pode remover o vínculo com sua conta a qualquer momento.

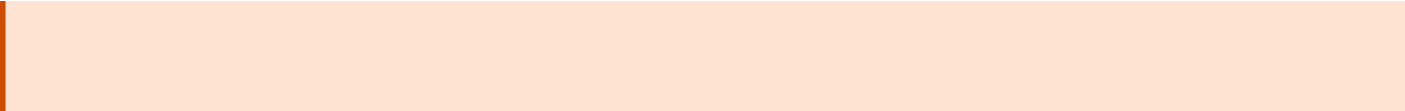




Nenhuma conta de anúncio ligada. Enquanto isso, o investimento só entra pelo lançamento manual.

Ligando a conta de anúncio, o gasto entra sozinho, dia a dia, por campanha, e aparece na lista com o tipo **Sincronizado**. As plataformas disponíveis são **Meta**, **Google Ads** e **TikTok**.

Para conectar: marcar o aceite da política de privacidade daquela plataforma e clicar em **Conectar**. Feita a conexão, o botão **Escolher conta** lista as contas que ela enxerga, e **Ligar** ativa a que interessa.



Atenção: O consentimento é **por plataforma** e o vínculo pode ser removido a qualquer momento. Esta versão sincroniza apenas conta em **real**.

A tabela de contas ligadas mostra a situação — **Em dia**, **Sincronizando**, **Com erro** ou **Reconectar** —, a última sincronização, o último período trazido e quantos lançamentos ele gerou.

Atenção: Reconectar não é o mesmo que desconectado: o acesso concedido à plataforma expira depois de algumas semanas, e sem a reconexão o gasto simplesmente **para de entrar**, sem aviso. Vale conferir essa coluna de vez em quando.

O botão **Sincronizar** traz o histórico, perguntando quanto período buscar. A busca é feita em blocos de 30 dias — quanto maior o período, mais demora, e os lançamentos vão aparecendo conforme cada bloco termina.

E há dois desligamentos diferentes: **desligar uma conta** de anúncio, ou **desconectar a plataforma inteira**, que desliga todas as contas dela.

A lista de investimentos

Investimentos do Período

Q Busca Inteligente

Buscar por campanha...

Q

Tipo

Selecione...

▼

Onde foi investido

Selecione...

▼

Período

__/__/__ até __/__/__

📅

Q Buscar

🗑

☐

⚙

🔍 Tipo

📅 Início ↓

📅 Fim

🕒 Dias

📍 Onde foi investido

📁 Campanha

📍 Origem

💵 Valor

📧

Nenhum registro cadastrado

Ainda não há nada para mostrar aqui.

📄 Exportar

🔧 Colunas

50

▼

«

1

»

A listagem traz, por lançamento, o tipo — Avulso, Recorrente ou Sincronizado —, início, fim, dias de veiculação, onde foi investido, campanha, origem, valor e **Lançado por**, com quem lançou. O que entra pelas contas de anúncio aparece como "Automático". A tela mostra primeiro os Lançamentos, depois as Recorrências e por último as Contas de anúncio.

No topo ficam a busca por campanha e os filtros **Período** (Hoje, Ontem, 7d, 30d, 90d ou datas escolhidas) e **Tipo e lugar** ("Onde foi investido" e "Como foi lançado": Avulso, Recorrente ou Sincronizado). O filtro mostra o lançamento que encosta no período, com o valor cheio. O duplo clique abre o lançamento para edição.

Investimentos de Marketing

Buscar por campanha...

Ilustração · dados fictícios

+ Lançar investimento

↺

Período

Tipo e lugar

Lançamentos

☐		Tipo	Início	Fim	Dias	Onde foi investido	Campanha	Origem	Valor	Lançado por
☐		Sincronizado	06/10/2026	06/10/2026	1	Google	Search Aluguel Cidade Exemplo		R\$ 79,98	Automático
☐		Sincronizado	06/10/2026	06/10/2026	1	Google	Search Comercial e Industrial Cidade Exemplo		R\$ 72,21	Automático
☐		Sincronizado	06/10/2026	06/10/2026	1	Google	Display Remarketing Cidade Exemplo		R\$ 9,74	Automático
☐		Avulso	01/10/2026	31/10/2026	31	Portal de imóveis	Plano mensal	Portal - Chaves na mão	R\$ 354,44	Carlos Lima
☐		Avulso	01/10/2026	31/10/2026	31	Portal de imóveis	Plano mensal	Portal - ImovelWeb	R\$ 964,44	Carlos Lima
☐		Avulso	01/10/2026	31/10/2026	31	Portal de imóveis	Plano mensal	OLX	R\$ 104,44	Carlos Lima
☐		Avulso	01/10/2026	31/10/2026	31	Portal de imóveis	Plano mensal	Portal - VivaReal	R\$ 7.294,44	Carlos Lima

Investimentos de Marketing

Buscar por campanha...

Ilustração · dados fictícios

↺

Período

Tipo e lugar

Lançamen

Tipo e lugar

ONDE FOI INVESTIDO

Portal de imóveis

Meta (Facebook e Instagram)

Google

TikTok

Site próprio

Outro (placa, panfleto, evento...)

COMO FOI LANÇADO

Avulso

Recorrente

Sincronizado

Sem nenhum marcado, a busca traz todos.

✓ Aplicar

Limpar

☐		Avulso	01/10/2026	31/10/2026	31	Portal de imóveis	Plano mensal
☐		Avulso	01/10/2026	31/10/2026	31	Portal de imóveis	Plano mensal
☐		Avulso	01/10/2026	31/10/2026	31	Portal de imóveis	Plano mensal

Perguntas frequentes

→ **Lancei o investimento e o custo por contato continua vazio.** O lançamento provavelmente está sem a **origem de contato correspondente**. Sem ela, o valor entra no total mas fica fora do custo.

→ **Por que o fim do período é obrigatório?** É ele que permite dividir o valor pelos dias quando o painel filtra um mês.

→ **O painel mostrou um valor menor que o que eu lancei.** O painel usa a parte proporcional ao período filtrado. O valor cheio continua na lista de investimentos.

- **Qual a diferença entre lançamento avulso e recorrência?** O avulso é um gasto com começo e fim definidos. A recorrência é uma regra que gera um lançamento por ciclo, sozinha.
- **Quero parar uma recorrência sem perder o histórico.** Use **Parar**. Excluir apaga também os lançamentos já gerados.
- **A conta de anúncio parou de trazer gasto.** Verifique a situação da conta: estando como **Reconectar**, o acesso expirou e é preciso conectar novamente.
- **Preciso de meses anteriores que não vieram.** Use **Sincronizar** e escolha quanto histórico trazer.
- **Minha conta de anúncio não aparece na lista.** Esta versão sincroniza apenas conta em real. Contas em outra moeda aparecem com o motivo ao lado.
- **Posso usar a conta ligada e ainda lançar à mão?** Sim. O que entra pela conta aparece como **Sincronizado**; o resto continua sendo lançado normalmente.
- **Como separo dois investimentos no mesmo canal?** Pelo campo **Campanha**.
- **Apareceu "Escolha qual portal recebeu este investimento".** Em verba de portal, escolha o portal no campo Qual portal?. É assim que o painel separa um portal do outro.
- **A recorrência não gerou o lançamento deste mês.** Os ciclos são gerados de madrugada. Para gerar na hora, use Gerar lançamentos.

Como configurar o Marketing (origens, funis e metas)

As **Configurações de Marketing** dizem ao Painel de Marketing de onde vem cada contato e o que significa cada etapa do seu funil. Sem elas, boa parte dos números do painel aparece com traço ou como "Não identificado".

Navegação no Módulo

Rotina	Descrição
Configurações > Marketing > aba Origens	Liga cada origem de contato a um canal (portal, Meta, Google, site...).
Configurações > Marketing > aba Funis	Responde, para cada funil, quatro perguntas sobre as etapas.
Configurações > Marketing > aba Metas	Define as metas do mês de cada etapa.

O acesso a essa tela é liberado pela permissão de configurar o Marketing. Se ela não aparecer, peça ao responsável pelo seu acesso.

Origens

Origens Funis Metas

De onde vêm seus contatos

96,0% dos contatos com canal - 10 de 11 origens

Mapear portais conhecidos

Da origem com mais contatos para a com menos: mapeando as primeiras você já cobre a maior parte. Dá para parar quando a cobertura passar de 90%.

Origem	Contatos	Cobertura até aqui	Canal	Nome no painel
Whatsapp	310	19,0% · faltam 81,0%	WhatsApp	
Patrocinado	254	21,5% · faltam 78,5%	Meta (Facebook e Instagram)	
Portal - ZAP	208	23,8% · faltam 76,2%	Portal de imóveis	ZAP
Facebook	171	26,1% · faltam 73,9%	Meta (Facebook e Instagram)	
Site	140	28,3% · faltam 71,7%	Site próprio	
Instagram	115	30,2% · faltam 69,8%	Meta (Facebook e Instagram)	
Ferramenta de e-mail	94	31,9% · faltam 68,0%	Outro	
Portal - VivaReal	77	33,7% · faltam 66,3%	Portal de imóveis	VivaReal
Google Ads	63	35,4% · faltam 64,7%	Google	
OLX	52	36,7% · faltam 63,3%	Portal de imóveis	OLX
Portal - Chaves na mão	43	37,9% · faltam 62,1%	Portal de imóveis	Chaves na mão

A lista vai da origem com mais contatos para a com menos. Mapeando as primeiras você já cobre a maior parte: dá para parar quando a cobertura passar de 90%.

Coluna ou botão	Descrição
Canal	O canal da origem. Depois de trocar, aparece "Salvo. Desfazer" por 15 segundos.
Sugestão · Usar	Origem sem canal ganha uma sugestão pelo nome (portal, Meta, Google, TikTok, WhatsApp, Site, Indicação). Usar aplica a sugestão.
Aceitar N sugestões	Aplica todas as sugestões de uma vez, depois de confirmar.
Mapear portais conhecidos	Liga de uma vez as origens com nome de portal ao canal Portal de imóveis.
Nome no painel	Só nas origens de portal. Origens com o mesmo nome viram uma linha só no painel, com a etiqueta "N origens". Maiúsculas e acentos não contam: "Chaves na Mão" e "chaves na mao" são o mesmo nome. Grava ao sair do campo.

Funis

Configurações de Marketing

Ilustração · dados fictícios

OrigensFunisMetas

O que cada etapa significa

Como funciona.

O Painel de Marketing acompanha o caminho do cliente, do primeiro contato até o fechamento. Três passos desse caminho têm um nome diferente em cada imobiliária, e por isso dependem de você: é aqui que você conta ao painel qual etapa do seu funil é cada um.

Abra cada funil que você usa (Venda, Locação...), responda às quatro perguntas e clique em Gravar.

Os números do painel mudam na hora.

Entrou em contato > Virou negócio > Tem perfil > Marcou visita > Visitou > Negociando > Fechou

o sistema já sabe sozinho

depende da sua resposta

Ao lado de cada funil aparece a situação dele:

Configurado

 tudo respondido

Parcial

 falta alguma resposta

Não configurado

 fica fora do painel

Venda 712 negócios

Configurado

As etapas do funil Venda

Na ordem do quadro de Negócios. A etiqueta colorida mostra como o painel vai ler cada etapa, e muda enquanto você responde às perguntas abaixo.

Leads

Follow Up 1

Follow Up 2

Follow Up 3

Leads em atendimento

Seleção do perfil do imóvel

Agendamento de visita

visita agendada

Visita

visita realizada

Análise de crédito

Crédito aprovado

Proposta

negociando

Contrato particular

Engenharia (vistoria)

fora do funil

Assinatura de formulários

fora do funil

Assinatura escritura/banco

fora do funil

Registro em cartório

fora do funil

Entrega de chaves

fora do funil

Empreendimentos

Quatro perguntas sobre o funil Venda

Em qual etapa a visita fica marcada?

Quando um negócio chega nesta etapa, o painel conta em "Marcaram visita".

Etapa da visita marcada

Venda » Agendamento de visita

Em qual etapa a visita já aconteceu?

Quem chega nesta etapa conta em "Visitaram". Visita concluída na Agenda também conta.

Etapa da visita realizada

Venda » Visita

Quais etapas mostram que o cliente está negociando?

Quem está nelas hoje aparece em "Estão negociando". Pode escolher mais de uma.

Etapas de negociação

Venda » Proposta

Quais etapas o painel deve ignorar?

Pós-venda, disparo em massa ou descarte. Quem está nelas sai do meio do funil, e o fechamento continua contando.

Etapas ignoradas

Venda » Engenharia (vistoria) e mais 4

Gravar o funil Venda

As respostas valem só para este funil. Os outros funis têm as próprias perguntas.

Locação 423 negócios

Configurado

Captação 0 negócios

Parcial · 1 de 1

O painel acompanha o caminho do cliente: entrou em contato, virou negócio, tem perfil, marcou visita, visitou, está negociando e fechou. Três desses passos têm um nome diferente em cada imobiliária, e por isso dependem da sua resposta. Ao lado de cada funil aparece a situação: **Configurado**, **Parcial** ou **Não configurado** (fica fora do painel).

Pergunta	O que acontece no painel
Em qual etapa a visita fica marcada?	Quem chega nesta etapa conta em "Marcaram visita".
Em qual etapa a visita já aconteceu?	Quem chega nesta etapa conta em "Visitaram". Visita concluída na Agenda também conta.
Quais etapas mostram que o cliente está negociando?	Quem está nelas hoje aparece em "Estão negociando". Pode escolher mais de uma.
Quais etapas o painel deve ignorar?	Pós-venda, disparo em massa ou descarte. Quem está nelas sai do meio do funil e de "Têm perfil", e o fechamento continua contando.

1. Abra o funil que você usa (Venda, Locação...).

2. Responda às quatro perguntas.
 3. Clique em **Gravar o funil**. As respostas valem só para aquele funil, e os números do painel mudam na hora.
-

Metas

As metas são por funil e por mês. Sem nenhum funil configurado, o botão **Lançar meta** fica bloqueado e a tela mostra o atalho **Configurar funis**. Em "Quando uma etapa está no ritmo", os campos "No ritmo a partir de (%)" e "Atenção a partir de (%)" são informados em porcentagem: 100% é exatamente o que o calendário pede até hoje.

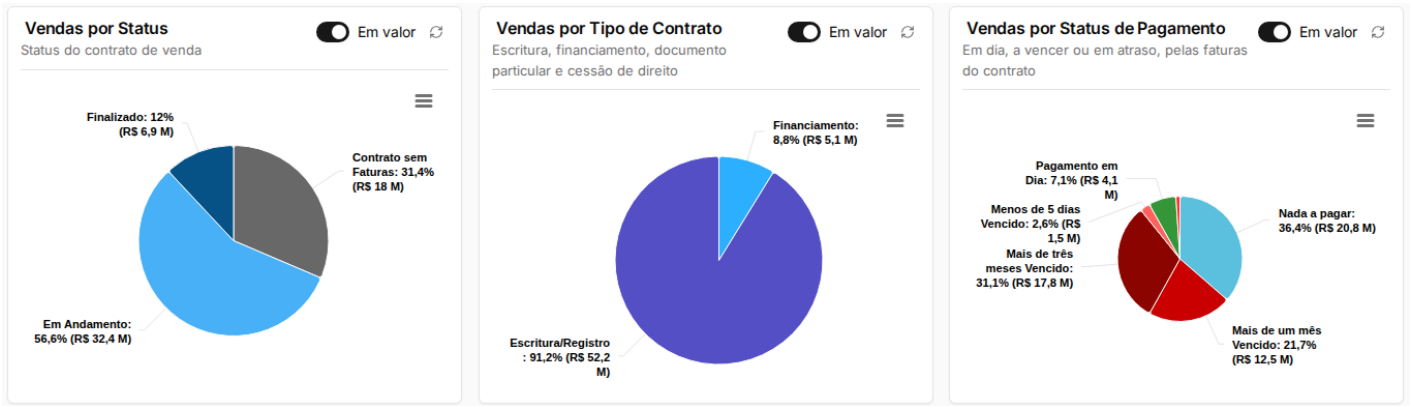
Perguntas frequentes

- **Quase todos os contatos aparecem como "Não identificado" no painel.** As origens ainda não foram ligadas a um canal. Use Usar, Aceitar N sugestões ou Mapear portais conhecidos na aba Origens.
- **O mesmo portal aparece em duas linhas no painel.** As duas origens estão com nomes diferentes. Escreva o mesmo Nome no painel nas duas.
- **Um funil não aparece no painel.** Ele está como Não configurado. Responda às quatro perguntas e grave.
- **Não consigo lançar meta.** Configure ao menos um funil na aba Funis.

Como usar o Relatório de Vendas

O Relatório de Vendas reúne os números dos contratos de venda do período: quanto foi vendido, por quem, de que tipo de imóvel, em quais bairros e em que situação estão os pagamentos. Ele ajuda a enxergar onde a imobiliária mais vende e de onde vem o faturamento das vendas.

Navegação no Módulo



Quadro	Descrição
Vendas por Tipo de Imóvel	Apartamento, casa, terreno e demais tipos do imóvel vendido.
Vendas por Categoria de Imóvel	Valor vendido em cada categoria, como residencial, comercial e rural.
Vendas por Bairro	Onde a imobiliária mais vende, pelo bairro do imóvel.
Vendas por Status e Vendas por Status de Pagamento	A situação dos contratos e se os pagamentos estão em dia, a vencer ou em atraso.
Visão Geral de Vendas (VGV)	Visão geral de vendas de todos os imóveis cadastrados.

Gráficos de pizza: em valor ou em quantidade

Os gráficos de pizza têm o interruptor **Em valor**, que já vem ligado. Ligado, cada fatia representa o **valor vendido**. Desligado, cada fatia representa a **quantidade de vendas**.

Uma única venda de valor alto pode ocupar quase a pizza inteira no modo em valor. Desligue **Em valor** para ver quantas vendas cada fatia teve.

Vendas por Categoria de Imóvel

Mostra o valor vendido em cada categoria de imóvel, como residencial, comercial ou rural. Imóveis vendidos sem categoria cadastrada aparecem como **Categoria não informada**. Da mesma forma, no gráfico de tipo de imóvel, os imóveis sem tipo aparecem como **Tipo não informado**.

Vendas por Bairro

Lista os bairros dos imóveis vendidos no período:

Coluna	Descrição
Bairro	Bairro e cidade do imóvel vendido.
Vendas	Quantidade de vendas.
Valor vendido	Soma do valor das vendas.
Ticket médio	Valor vendido dividido pela quantidade de vendas.

Perguntas frequentes

→ **A pizza mudou de cara depois da atualização. Os números mudaram?** Não. O interruptor **Em valor** passou a vir ligado e as fatias mostram o valor vendido. Desligue o interruptor para ver a quantidade de vendas.

→ **Por que aparece "Categoria não informada"?** Há imóveis vendidos sem categoria no cadastro. Preencha a categoria no cadastro do imóvel para que a venda passe para a fatia certa.

→ **Não encontro o que preciso neste relatório.** Use o botão **Criar relatório com IA**, na barra de filtros, para descrever o relatório que você quer ver.