Abaixo, apresento o Sumário Executivo de performance, comparando o período de **25/08 a 31/08/2026** com a semana anterior (**18/08 a 24/08/2026**). A operação demonstra um crescimento saudável em volume, mas com sinais claros de ineficiência alocativa em canais sociais pagos.

📊 PLACAR EXECUTIVO (Macro Status)

- **Receita Total:** R$ 12.726,00 (**+5,9%**)
- **Eventos-Chave (Vendas/Leads):** 146 (**+10,6%**)
- **Sessões Totais:** 18.833 (**+15,6%**)

🔍 VETORES DE DESEMPENHO (Causalidade Macro)

- **Eficiência no Canal de E-mail:** Este foi o principal vetor de lucratividade da semana. Com um aumento modesto de 11% no tráfego, o canal gerou um salto de **50% na receita** (passando de R$ 2.078 para R$ 3.116). Isso indica uma base altamente qualificada ou uma oferta de fundo de funil extremamente assertiva.
- **Dominância do Paid Search:** O canal permanece como a principal âncora de receita (R$ 4.505), mantendo uma correlação positiva entre o aumento de investimento (sessões +12%) e o retorno direto em conversões (+8,5%). É um canal de tração estável e escalável.
- **Anomalia no Paid Social (Furo no Balde):** Detectei uma quebra crítica de eficiência. Embora o volume de tráfego tenha crescido 34%, a receita e as conversões caíram para **zero absoluto**. O tráfego atraído na última semana não possui intenção de compra ou a página de destino está falhando na retenção deste público específico.

🎯 FOCO ESTRATÉGICO DO PRÓXIMO CICLO

1. **Estancamento de Sangria:** Recomendo a auditoria imediata das campanhas de Paid Social. O aumento de sessões sem nenhuma conversão indica que estamos comprando tráfego desqualificado ou que há um erro técnico no rastreamento de eventos específicos deste canal. Caso o rastreamento esteja correto, o orçamento deve ser realocado.
2. **Escala de Retenção:** Dado o desempenho do E-mail, há uma oportunidade clara de intensificar réguas de automação ou disparos pontuais para a base, visto que a taxa de conversão deste canal está superando a média do site.

Notei que o Paid Search é seu maior gerador de volume financeiro, mas o custo por clique em leilões costuma oscilar. Deseja que eu analise quais termos de busca (queries) no Search Console estão trazendo tráfego orgânico para as mesmas páginas de destino dos anúncios, para identificarmos oportunidades de economia em Mídia Paga?