

Dashboard de KPIs e Benchmarks

Projeto: UGC (Desmistificando o UGC)

Este documento define as metas de performance para a Fase de Validação do Produto e estabelece as linhas de corte para as otimizações no gerenciador de anúncios e na Ticto.

1. Benchmarks de Aquisição (Tráfego Frio)

Métrica	Benchmark Mínimo (Sobrevivência)	Meta Ideal (Escala)
CTR (Link Click)	1.50%	> 2.50%
CPC (Custo por Clique)	R\$ 1,20	< R\$ 0,80
Connect Rate (Cliques -> Visitas)	80%	> 90%

Se o **Connect Rate** estiver abaixo de 80%, a LP está demorando muito para carregar. É necessário verificar compressão de imagens e redução de JavaScript.

2. Benchmarks de Conversão (Landing Page)

Métrica	Benchmark Mínimo (Sobrevivência)	Meta Ideal (Escala)
CVR (Conversão LP -> Venda)	1.00%	> 2.50%
CPA (Custo por Aquisição)	R\$ 37,00 (Breakeven Front)	< R\$ 20,00

3. Benchmarks de Funil Interno (Upsell/Downsell)

Para que a matemática do Low-Ticket funcione de forma agressiva, o **AOV (Average Order Value)** precisa ser maior que o ticket inicial (R\$ 37).

Produto	Preço	Take Rate Esperado (Mínimo)	Take Rate Esperado (Ideal)
Order Bump 1	R\$ 19,00	15%	25%
Order Bump 2	R\$ 29,00	10%	15%
Upsell 1	R\$ 97,00	8%	15%
Downsell 1	R\$ 47,00	5%	10%

Cálculo de AOV Projetado

- Ticket Base: R\$ 37,00
- Acréscimo OBs: ~R\$ 7,20
- Acréscimo Upsell: ~R\$ 9,70
- Acréscimo Downsell: ~R\$ 2,35
- **AOV Meta:** R\$ 56,25 (Permite pagar até R\$ 56 de CPA no tráfego frio para ficar no 0 a 0).